

دولة الإمارات العربية المتحدة
المركز الثقافي الإعلامي
لسمو الشيخ سلطان بن زايد آل نهيان
نائب رئيس مجلس الوزراء

المدن الإعلامية الحرة في دولة الإمارات

د . عباس مصطفى صادق

دولة الإمارات العربية المتحدة
المركز الثقافي الإعلامي
لسمو الشيخ سلطان بن زايد آل نهيان
نائب رئيس مجلس الوزراء



المدن الإعلامية الحرة في دولة الإمارات

د. عباس مصطفى صادق



المحتويات

تقديم

أحدثت ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال نقلة نوعية هائلة في نمط حياة الإنسان وأساليب عمله وعلاقاته بالعالم من حوله الذي اخترقت هذه الثورة حدوده، وقلصت مسافاته، وبوّأت اقتصاد المعرفة المكانة الأولى في اقتصادياته. غير أن الاستفادة من تلك الثورة يتطلب تذليل الفجوة الرقمية والإعلامية التي ما فتئت تتسع بين الشمال والجنوب.

وفي مسعاها لردم تلك الهوة وتوطين التكنولوجيا وجلب الاستثمارات وتنويع مصادر الدخل، عمدت دولة الإمارات العربية المتحدة إلى إقامة مدن إعلامية حرة مع بداية الألفية الجديدة، وأخذت في التوسع أكثر فأكثر في عدد من إمارات الدولة. ومن هذا المنطلق، تأتي أهمية هذه الدراسة التي تروم تقديم عرض عام عن ماهية تلك المدن ودواعي إنشائها، والنظم التي تحكم عملها، وواقعها الراهن على ضوء التجارب العربية الأخرى في هذا المضمار.

وقد عمدت الدراسة، في محورها الأول، إلى التعريف الموجز بمفهوم المناطق الحرة وتطبيقاته من العهد الروماني إلى اليوم، وتجاربها في دولة الإمارات العربية المتحدة التي بدأت منذ ثمانينيات القرن الماضي بمنطقة جبل علي الحرة.

وفي المحور الثاني، فصلت الدراسة القول في دواعي ومقتضيات إنشاء المدن الإعلامية الحرة وما يحكمها من مبادئ ومعاهدات دولية وقوانين محلية ناظمة لوجودها على الساحة العربية التواقة إلي ما توفره تلك المدن من فضاء حر ومزايا اقتصادية وفنية مهمة، والمتوجسة من تداعياتها السلبية في ظل زحف العولمة الثقافية ومنزع التنميط الإعلامي الجارف لديها.

وعالج المحور الثالث تجارب المدن الإعلامية الحرة في كل من مصر والأردن وخصائص ومجالات كل منها، والمشروعين المماثلين في سوريا والكويت.

وكُرِّسَ المحور الرابع للحديث عن المدن الحرة في دولة الإمارات العربية المتحدة، ففصل القول في منظومة المنطقة الحرة للإعلام وتكنولوجيا المعلومات في دبي بمكوناتها الإعلامية والتكنولوجية المختلفة، ووظائف كل منها والأنشطة والخدمات الداعمة لها، وما تتمتع به من حوافز ومغريات ضريبية وتشريعية، والهيئة المشرفة عليها وما رسم لها من أهداف، وما تضعه من معايير وضوابط لممارسة العمل في مدينة دبي للإعلام...

ونالت المنطقة الحرة للإعلام في أبوظبي، التي أطلقتها شركة مبادلة في أكتوبر ٢٠٠٨، حظها من التناول بوصفها بيئة حاضنة للشركات المحلية والإقليمية والدولية العاملة في مختلف قطاعات الإعلام، وتشجيع وتدريب أصحاب المواهب العاملة فيها، وتقديم خدمات الإنتاج وما بعد الإنتاج اعتمادا على ما تتوفر عليه «توفور ٥٤» من دعائم فنية وشراكة تقنية قوية. كما فُصِّل القول في قواعد تأسيس هذه المنطقة الإعلامية الحرة ومجالات عملها، وخصائصها ومميزاتها، واختصاصات الهيئة القائمة عليها.

وتحدث هذا المحور الرئيس في الدراسة، كذلك، عن مدينة رأس الخيمة الإعلامية المولودة من رحم منطقة رأس الخيمة للتجارة الحرة في يناير ٢٠٠٦، وما تسعى إليه من استثمار الموقع المتميز للإمارة وبنيتها التحتية في استقطاب مؤسسات الإنتاج السينمائي والإعلامي العالمية، ومجالات عمل تلك المدينة ومكوناتها الفنية، وميزاتها القانونية والجغرافية.

وتُوِّج المحور الرابع بالحديث عن مدينة الفجيرة للإعلام التي رأت النور في نوفمبر ٢٠٠٥ كمشروع إعلامي وإبداعي تسعى حكومة الفجيرة من خلاله إلى إحداث قفزة نوعية في قطاع الإعلام المرئي والمسموع والمقروء في الإمارة، وإلى توظيف موقعها الإستراتيجي، بوصفها نافذة البلاد الشرقية على البحار المفتوحة،

في جذب الاستثمارات إلى تلك المدينة الإعلامية الحرة. وتشمل منظومة الفجيرة للإعلام مناطق خاصة بالسمعيات البصرية، والبث والربط عبر الأقمار الصناعية، والطباعة والنشر، والسينما والفنون المسرحية، وتطوير خدمات الوسائط التكنولوجية، والتدريب... كما أبرزت الدراسة في هذا المضمار عناصر الجذب فيما تقدمه مدينة الفجيرة للإعلام من حوافز وخدمات للمستثمرين.

وتناول المحور الخامس من الدراسة الوضع القانوني للمدن الإعلامية الحرة في ظل النظام الإعلامي لدولة الإمارات العربية المتحدة مبرزا السمات العامة لتطور هذا النظام، وما أدخل عليه من تعديلات في السنوات الأخيرة في كل من أبوظبي ودبي على ضوء إنشاء المدن الإعلامية الحرة، وعلاقة المجلس الوطني للإعلام بتلك المدن.

أما المحور السادس والأخير، فمُحِّضَ للحديث عن الوضع الراهن في المناطق الإعلامية الحرة بالدولة، وشمل عقد مقارنة بين المدن الإعلامية في دبي ومصر والأردن، وإبراز عناصر الاتفاق والاختلاف بين المدن الإعلامية الأربع في دولة الإمارات العربية المتحدة من حيث العناصر المكونة لكل واحدة منها وواقع بنيتها التحتية، وما يحكمها من ترتيبات قانونية وإدارية، وما قد يطرح وجود تلك المدن من إشكالات أو تواجهه من معوقات.

وإن المركز الثقافي الإعلامي لسمو الشيخ سلطان بن زايد آل نهيان نائب رئيس مجلس الوزراء، ليأمل أن يسهم نشر هذه الدراسة في إنارة القارئ العربي حول هذه التجارب الإعلامية الحرة الرائدة في دولة الإمارات العربية المتحدة وما يعلق عليها من آمال اقتصادية وتكنولوجية وإعلامية واعدة.

المركز الثقافي الإعلامي
لسمو الشيخ سلطان بن زايد آل نهيان
نائب رئيس مجلس الوزراء

مدخل

تعيش المنطقة العربية تحت ظل مجموعة من الفجوات في النظام الاتصالي كشفتها تحديات الثورة الإعلامية والمعلوماتية التي تتمثل في انتقال أدوات الاتصال وتطبيقاته المختلفة من التماثلية إلى الرقمية وفي انطلاقة تكنولوجيات الاتصال الجديدة والتلفزيون الفضائي وانتقال القوة الإعلامية من قبضة المؤسسات إلى يد الجمهور والمناداة بضرورة إدارة المؤسسات الاعلامية على أسس تجارية. على أن أهم الفجوات هي تلك التي تشكلها حالة الغياب الواسعة للحريات الإعلامية بسبب سيطرة أو تأثير الحكومات العربية على النظام الإعلامي والاتصالي بجوانبه المختلفة.

في هذا الوضع الذي تظلله قوة الاقتصاد القائم على حرية التجارة واشتراطاتها المختلفة، انفتحت الأبواب لإقامة المدن الإعلامية الحرة في المنطقة العربية، إذ توجد حاليا ثلاث مناطق إعلامية حرة عربية قائمة فعلا في دولة الإمارات العربية المتحدة وفي مصر والأردن مع عدد آخر تحت التطوير في دولة الإمارات نفسها ومشاريع مدن في الكويت وسوريا وغيرها.

ومن خلال استعراض واقع المدن الإعلامية العربية الحرة وتطورها، ترصد هذه الدراسة التي أجريت ما بين مارس ونوفمبر ٢٠٠٨ الوضع القائم في المدن الإعلامية الحرة بدولة الإمارات العربية المتحدة، وهي أربع مدن في دبي وأبوظبي والفجيرة ورأس الخيمة بمقارنة أوضاع كل منها وتجهيزاتها المختلفة وميزاتها

والخدمات التي تقدمها. كما تشمل المقارنة، في جانب منها، بينها وبين التجارب العربية القائمة بهدف الحصول على صورة عامة لوضع المدن الإعلامية الحرة في دولة الإمارات العربية المتحدة.

منهجية البحث في الدراسة

ولأن هذه الدراسة وصفية واستكشافية، فهي تستهدف بالمقارنة رصد وتحليل واقع المدن الإعلامية العربية، وعلى وجه الخصوص المدن الإعلامية الحرة بدولة الإمارات العربية المتحدة. وستوضح المقارنة أمورا أساسية مثل نوعية الخدمات التي توفرها، وجاذبية القوانين الاستثمارية وسهولة حركة الأموال، وتوافر الحريات الأساسية للعمل الإعلامي، ومدي توافر بنية تحتية خاصة من مساحات مكتبية واستوديوهات وورش فنية ومطابع وغيره، كما تكشف المقارنة تعددية الأنشطة الإعلامية التي يمكن القيام بها والخيارات المختلفة.

والمقارنة في هذه الحالة «تشمل خصائص متعددة، فهي تشرح وتفسر وتقوم، فضلا عن تحديدها لأوجه المماثلة بين الأشياء، بل إن المقارنة إذا كانت بين الرسوم والصور فإن في استعمالها يتجلي الإيضاح المتبادل»[1].

والتحليل الوصفي Descriptive Analysis الذي تعتمد عليه منهجية البحث في هذه الدراسة، يقوم أصلا على دراسة الحقائق كما هي عبر تنظيم المعلومات وتصنفيها ثم التعبير عنها كميا وكيفيا للوصول الى فهم العلاقة بين الظاهرة التي تبحثها الدراسة والظواهر الأخرى المتصلة بها للتمكن من وضع استنتاجات تعمق فهمنا للواقع وعوامل تطوره. وهذا ما تم بالضبط في هذه الدراسة بدءا من نقل الحقائق الأولية عن المناطق الإعلامية العربية والمناطق الإعلامية الإماراتية، ثم تحليل درجات الاتفاق والتفاوت بينها.

تساؤلات الدراسة

لتحقيق الأغراض الأساسية لهذه الدراسة، فقد سعت للإجابة عن تساؤلات بشأن عناصر الاتفاق والاختلاف بين ثلاث مناطق إعلامية في دبي والقاهرة وعمان، وقياس عناصر الاتفاق والاختلاف بين المدن الإعلامية الأربعة في دولة الإمارات في دبي وأبوظبي والفجيرة ورأس الخيمة، ليس بغرض استكشاف التمايز ولكن لمعرفة الوضع على الأرض، وذلك من خلال الأسئلة التالية:

١- ما عناصر الاتفاق والاختلاف بين المدن الإعلامية الأربع في دولة الإمارات من حيث الوضع القائم للبنية التحتية ؟.

٢- ما عناصر الاتفاق والاختلاف من حيث نوعية الملكية بين المنطقة الحرة للإعلام وتكنولوجيا المعلومات في دبي والمنطقة المصرية الحرة العامة الإعلامية والشركة الإعلامية الحرة الأردنية.

٣- ما عناصر الاتفاق والاختلاف من حيث تعددية الأنشطة بين المنطقة الحرة للإعلام وتكنولوجيا المعلومات في دبي والمنطقة المصرية الحرة العامة الإعلامية والشركة الإعلامية الحرة الأردنية ؟.

٤- ما هي عناصر الاتفاق والاختلاف من حيث العناصر المكونة بين المنطقة الحرة للإعلام وتكنولوجيا المعلومات في دبي والمنطقة المصرية الحرة العامة الإعلامية والشركة الإعلامية الحرة الأردنية ؟.

حدود الدراسة ومجالها

تقف هذه الدراسة أولا عند تجربة المناطق الاقتصادية الحرة في دولة الإمارات وتستعرض بدءا مفهومها وأنواعها وتطبيقاتها والقواعد التي تحكم عملها قبل الولوج إلى تجارب المناطق الحرة في دولة الإمارات. وتستعرض مقتضيات إنشاء المدن الإعلامية الحرة ثم تستعرض التجارب العربية في المدن الإعلامية الحرة

في مصر والأردن والمشاريع الأخرى التي لم تبدأ بعد، كما تقف عند منظومة المنطقة الحرة للإعلام وتكنولوجيا المعلومات في دبي التي تشمل مدينة دبي للإعلام ومدينة دبي للانترنت وغيرها وتستعرض الجوانب المختلفة من عمل هذه المنظومة.

وتستعرض الدراسة ايضا الجوانب المختلفة من المنطقة الحرة للإعلام في أبوظبي، والجوانب المختلفة وأطر عمل مدينة رأس الخيمة الإعلامية، ونفس الشئ في الفصل السابع المكرس لمدينة الفجيرة للإعلام. أما في مجال دراسة طبيعة عمل المدن الإعلامية الحرة في ظل النظام الإعلامي لدولة الإمارات، فإن الدراسة تطرح مجموعة من المتغيرات مثل تزامن إعادة صياغة النظام الإعلامي في أبوظبي ودبي في ظل وجود المدن الإعلامية الحرة وعملها في ظل الإطار القانوني للنظام الإعلامي في الإمارات.

وتقف الدراسة على حالة الوضع الحالي في المناطق الحرة بدولة الإمارات، وهو جانب تحليلي لمجموعة من العناصر التي تساعد في فهم مدى تقدم هذه المناطق. وأخيراً تخرج الدراسة بمجموعة من النتائج والملاحظات التي تم الوصول إليها.



الجزء الأول

تجارب المناطق الحرة في دولة الإمارات

مفهوم المناطق الحرة وتطبيقاته

قبل أن نستعرض تجربة المناطق الحرة في دولة الإمارات العربية المتحدة بشكل عام، نقف عند مفهوم المناطق الاقتصادية ذات الطبيعة الخاصة Special Economic Zones التي هي مناطق جغرافية تتمتع بقوانين اقتصادية مرنة أكثر حرية من القوانين المطبقة في البلد. وقد أنشأتها العديد من الدول بحيث تتمتع الشركات بالإعفاء الضرائبي أو بتقليلها إلى المستوى الذي يشجع الاستثمار[1] في البلد، ويجمع مؤرخوها على قدمها. «فقد ظهرت منذ ما يزيد على ألفي عام في صورة موانئ حرة في ظل الإمبراطورية الرومانية[2] من أجل جذب التجارة الدولية العابرة، لذلك كانت تقام في المراكز الرئيسية لخطوط التجارة الدولية، وفي الغالب كانت تهتم بتموين السفن وإقامة المخازن وتفريغ وإعادة شحن السلع العابرة.[3] وهي تقوم بتوفير العديد من المزايا والحوافز والإعفاءات التي تسهم في تعزيز الاستثمار بشكل يخدم النمو الاقتصادي[4]».

وبسبب تعدد أنواع المناطق الاقتصادية الحرة، فإنه لا يوجد اتفاق على تعريف واحد لها، ويشير محمد عوض الحرازي إلى عدد من التعريفات لمفهومها، بعضها يركز على تسميتها بالمنطقة المحددة جغرافيا بالأسوار ومعزولة عن باقي الدولة

وخاضعة لقواعد قانونية معينة تسمح بحرية الصناعة والتجارة، أو أنها منطقة تقع داخل حدود الدولة ولكنها تعامل جمركيا معاملة البلد الأجنبي. وينقل الحرازي تعريفا قانونيا هو : «أنها مناطق تقع في إقليم دولة من الدول وتعتبرها خارج إقليمها من حيث القوانين الجمركية وتنظيم التصدير والاستيراد، وإلى حد كبير من حيث القواعد الضريبية وبعض القواعد الإدارية [٥]». هذه القواعد تتعلق بحركة البضائع دخولاً وخروجاً بحيث لا تنطبق على المعاملات التجارية وغيرها مما يحدث من إجراءات معمول بها داخل الدولة، كما يسمح بقدر كبير من الحرية في المعاملات والمبادلات التي من شأنها جذب الاستثمارات. «أما بالنسبة لعبد الحميد نوار فهي: «منطقة داخل حدود الدولة الجغرافية لكنها تعامل من الناحية الجمركية معاملة الدولة الأجنبية Treated as offshore وذلك فيما يتعلق بعلاقتها بباقي أجزاء الدولة التي تتبعها هذه المنطقة الحرة [٦]».

أنواع ومجالات عمل المناطق الحرة

تطور مفهوم وطريقة عمل المناطق الحرة المعاصرة تطورًا كبيرًا من حيث أهدافها أو مساحتها أو أماكن إقامتها أو الامتيازات الممنوحة لها. فمن حيث الأهداف، تطورت الفكرة من مجرد أماكن للتخزين وإعادة التصدير إلى مناطق تقدم العديد من الخدمات في مجال الصادرات أو الصناعة أو الإعلام كما سيأتي في دراستنا هذه. كما تطورت من حيث أماكن إقامتها ومساحتها، فبعد أن كانت تقام في مراكز خطوط التجارة الدولية وبمساحات صغيرة، أصبحت تقام في أي مكان وحتى في أماكن نائية من الدولة بغرض إعمار هذه الأماكن وتسكين الأفراد بها لتنميتها، كما أصبحت تقام على مساحات واسعة جدًّا. أما من حيث الامتيازات الممنوحة لها؛ فقد زادت هذه الامتيازات لجذب مزيد من رؤوس الأموال. وتختلف أشكال ومسميات المناطق الحرة من دولة لأخرى، بحسب طبيعة عملها وتخصصها والغرض من تأسيسها، ويمكن حصر الأنواع التالية على سبيل المثال :



المناطق الحرة المخصصة للتصدير Export processing zones

مناطق التجارة الحرّة Free Trade zones

المناطق الاقتصادية ذات الطبيعة الخاصة Special economic zones

المناطق الحرة للخدمات Services free zones

المناطق الصناعية Industrial Estates

المناطق الحرة التكنولوجية Technology free zones

مناطق الموانئ الحرة Free ports

مناطق الاستثمار الحضري Urban Enterprise Zones

الأسواق الحرة Free Markets [٧]

تقع المدن الإعلامية الحرة ضمن تصنيف المناطق الحرة للخدمات بحسب الخرازي : «وهي تعكس التوجه المتزايد في الاقتصاد الدولي نحو التوسع في قطاع الخدمات، خاصة فيما يتعلق بمجالات خدمة البيانات والمعلومات والاتصالات ومعالجة البيانات وتخزينها واسترجاعها وبرامج الكمبيوتر. وبهذا المفهوم الجديد تم تجاوز الصورة القديمة للمناطق الحرة التجارية التي كان نشاطها ينحصر في التجارة والنقل والتخزين[٨]».

تجارب المناطق الحرة في دولة الإمارات

تستفيد المناطق الحرة في دولة الإمارات من الوضع الفيدرالي للدولة من حيث سعة وحرية حركة كل إمارة على حدة في إدارة الشأن المحلي[٩]. وتوجد في كل إمارة تقريبا منطقة حرة أو أكثر. وبحسب تقرير صادر عن بيت الاستثمار العالمي غلوبال Global، [١٠] ومقره الكويت، فإن المناطق التجارية الحرة في دولة الإمارات العربية



المتحدة تعد محركا رئيسيا للنمو التجاري والصناعي، حيث تأتي نسبة عالية من الصادرات غير النفطية لدولة الإمارات العربية المتحدة من المناطق الحرّة [١١].

لقد تأسست أول منطقة حرة بدولة الإمارات العربية المتحدة في جبل علي في عام ١٩٨٠ بموجب القانون رقم واحد لسنة ١٩٨٠، ثم تأسست سلطة المنطقة الحرة لجبل علي في ١٩٨٥ [١٢]. وقد أدى نجاح منطقة جبل علي إلى جذب الاستثمارات الأجنبية والخبرات التكنولوجية ونمو إعادة التصدير، ونقل البضائع بين السفن بوصفها نشاطا تجاريا رئيسيا، إلى إقدام الإمارات الأخرى على إنشاء مثل هذه المناطق الحرة بهدف استقطاب التدفقات الاستثمارية إلى داخل البلاد، وتوليد فرص العمل وتحقيق تنمية اقتصادية كبيرة[١٣]. بعدها أخذت المناطق تنتشر في أنحاء مختلفة من دولة الإمارات سواء في الموانئ أو المطارات الدولية، فتأسست المنطقة الحرة في الفجيرة سنة ١٩٨٧، والمنطقة الحرة في أم القيوين في ١٩٨٧، والمنطقة الحرة في عجمان عام ١٩٨٨ والمنطقة الحرة بمطار الشارقة في ١٩٩٥، ومنطقة الحمرية الحرة سنة ١٩٩٦ ثم منطقة أبوظبي الحرة عام ١٩٩٦ [١٤]، ومنطقة مطار دبي الحرة في نفس العام. ويلبي بعض هذه المناطق احتياجات قطاع الخدمات مثلما هو الحال في مدينة دبي الإعلامية ومدينة دبي للإنترنت، ومشاريع المدن الإعلامية الأخرى في أبوظبي والفجيرة ورأس الخيمة [١٥]، بجانب مدينة دبي للرعاية الصحية، والمدينة الأكاديمية ومركز دبي المالي الدولي، بينما تعتبر المناطق الأخرى مناطق صناعية مثل مجموعة المناطق الصناعية في أبوظبي[١٦] ومنطقة الحمرية الحرّة ومنطقة المطار في الشارقة [١٧]، ومنطقة الفجيرة الحرّة [١٨]، ثم منطقة عجمان الحرّة [١٩].

مقومات قيام المناطق الحرة بدولة الإمارات

بجانب ما تتمتع به المناطق في دولة الإمارات من إعفاء لجميع التراخيص، والتوكيلات وإعفاءات من القوانين المحلية الأخرى التي تسري على المنطقة



الجمركية فضلا عن الملكية الأجنبية الكاملة، والإعفاءات الضريبية للشركات، والإعفاءات الضريبية للأفراد، وحرية إعادة رأس المال أو الأرباح لبلد المستثمر وعدم وجود قيود على العملة أو رسوم الاستيراد [٢٠]، يرصد عبد الحميد نوار عدداً من مقومات إنشاء المناطق الحرة بدولة الإمارات العربية المتحدة فيما يلي:

١) توفر رؤوس الأموال الذي مكن الدولة من قطع شوط في استثمار ميزتها النسبية لتحقيق ميزة تنافسية من خلال تطوير بنيتها التحتية لاسيما النقل والمواصلات والتخزين والموانئ البحرية، وهي الأكبر في المنطقة، ومجموعة المطارات الدولية وشبكة الاتصالات.

٢) الإمارات بحكم موقعها تعتبر مركزا تجاريا هاما ولها تاريخ عريق في مجال النقل البحري عبر الخليج العربي والمحيط الهندي وبالتالي فإن الاستثمار في المناطق الحرة يعد استغلالا لميزتها البحرية كميناء دولي.

٣) الإمارات اقتصاد مفتوح تجاريا، إذ تقوم السياسة التجارية والاقتصادية على مبدأ الاقتصاد الحر حيث لا توجد قيود كمية أو إدارية على التجارة الخارجية ولا تفرض ضرائب أو رسوم إلا بنسبة قليلة ولا تفرض رقابة على النقد الأجنبي.

٤) توفر مصادر الطاقة مثل النفط الخام والغاز الطبيعي وبعض المواد الأولية لصناعات المناطق الحرة بدولة الإمارات العربية المتحدة [٢١].

الجزء الثاني

دواعي ومقتضيات إنشاء المدن الإعلامية الحرة

دواعي إنشاء المدن الإعلامية الحرة

يقوم الإعلام ويعمل ويتطور على مبدأ أساسي هو الحرية بمعناها المتكامل إعلاميا وسياسيا واقتصاديا، فصناعة الإعلام ليست مثل النشاطات الصناعية والخدمية والتجارية الحرة التي تطلب فقط بيئة حرة من القيود والبيروقراطية الحكومية حتى تنمو بحرية، ولكنها صناعة تحتاج في المقام الأول إلى التحرر من قيود النشر ومجموعة الضوابط التي تحد من المبدأ الرئيسي الذي يقوم عليه الإعلام وهو حرية التعبير. ونستعرض هنا بسرعة مبادئ الحق في الاتصال كما جاءت في نصوص وتعهدات دولية، ووضع الحق في الاتصال والحصول على المعلومات عربيا، لنخلص إلى المقتضيات الرئيسية وراء إنشاء المدن الإعلامية الحرة وجاذبيتها في المنطقة العربية.

فالحق في الإعلام والمعلومات والاتصال هو حق أساسي للإنسان، فقد وردت أول إشارة للحق في الاتصال بالتاريخ الحديث في وثيقة إعلان حقوق الإنسان la d'eclaration des droits de L'homme الذي أعلنته الثورة الفرنسية في ٢٦ أغسطس ١٧٨٩، وهي تؤكد أن كل شخص حر في التعبير عن أفكاره كما يراها، أو إبداء أراء تتعارض مع آراء الأغلبية أو التعبير عنها. كما تنص المادة ١١ من الوثيقة نفسها



على أن الاتصال الحر للأفكار والآراء هو واحد من أثمن حقوق الإنسان. فلكل شخص أن يتكلم ويكتب ويطبع بحرية، باستثناء الرد على إساءة استخدام هذه الحرية في الحالات التي يحددها القانون.

وقد أكد الإعلان العالمي لحقوق الإنسان هذا الحق الذي اعتُمد بموجب قرار الجمعية العامة رقم ٢١٧ ألف (د-٣) المؤرخ في ١٠ ديسمبر ١٩٤٨. فقد أشارت المادة ١٩ بأن لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل، واستقاء الأنباء والأفكار وتلقيها وإذاعتها بأية وسيلة كانت دون تقيد بالحدود الجغرافية [٢٢].

أكدت ذلك أيضا اللجنة العربية لدراسة قضايا الإعلام والاتصال في الوطن العربي التي رأت أن معنى الاتصال يعني حق الانتفاع، وحق المشاركة لجميع الأفراد والجماعات والتنظيمات، مهما كان مستواها الاجتماعي أو الاقتصادي أو الثقافي [٢٣].

كما حددت منظمة المادة ١٩- Article 19 «تسعة مبادئ دولية بشأن ضمان ممارسة حق المواطن في المعلومات، بجانب تعزيز الحق في البث وحماية استقلاليته ومسئولية الدول في توفير البنية التحية والتخطيط لتوزيع الموجات بشكل مفتوح بين المستخدمين وبدون تحيز بحيث لا تحجب تراخيص البث لطالبها على أساس الطبيعة أو الشكل أو الدين [٢٤].

أما القمة العالمية لمجتمع المعلومات في تونس في ٢٠٠٥، فقد تجاوزت في فقرتها العاشرة توصيات موضوع الحق في الاتصال إلى النفاذ إلى المعلومات التي تقول إن النفاذ إلى المعلومات والمشاركة في المعرفة وفي إنشائها هي أمور تسهم إسهاماً كبيراً في تعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ومن ثم تساعد جميع البلدان على الوصول إلى الأهداف والمقاصد الإنمائية المتفق عليها دولياً، بما في ذلك الأهداف الإنمائية للألفية.

وينص القانون الاتحادي رقم «١٥» لعام ١٩٨٠ في شأن المطبوعات والنشر بدولة الإمارات العربية المتحدة [٢٥] على الحق في الاتصال وحرية الرأي والفكر والتعبير والنقد وحرية الصحافة ونشر الأخبار والحصول على المعلومات كحقوق أصيلة غير قابلة للمساس بها بهدف تمكينها من النهوض برسالتها على اعتبار أنها تمثل الضمير الحي للأمة ومصدرا رئيسيا من مصادر الرقابة الشعبية على مؤسسات المجتمع في إطار احترامها ودفاعها عن مقوماته الأساسية وحقوق وحريات الآخرين.

هذا النص شبيه بما هو موجود في كل قوانين الصحافة والإعلام العربية وفي دساتير كل الدول إلا أن هذا الاعتراف الدستوري لم يجد تطبيقا في الواقع المعيش عربيا، خاصة أن بعض هذه الدساتير ربطت حريات الرأي والتعبير والطباعة والنشر في كل الأحوال، بقيود قانونية جاءت في صياغات مختلفة مثل : «في حدود القانون» أو «بمقتضى القانون» أو «حسبما يضبطها القانون»، أو وفقاً للشروط والأوضاع التي بيّنها القانون أو «بشرط ألا يتجاوز حدود القانون» أو «في حدود القانون والنقد الذاتي والنقد البناء ضماناً لسلامة البناء الوطني».

واعتماداً على ذلك شددت القوانين والقرارات التنفيذية في البلدان العربية على تطبيق هذه المواد الدستورية حتى كادت أن تلغيها. وهذا ما جعل التضييق على حق الاتصال وعلى حرية وسائل الإعلام العربية في بعض البلدان يتجاوز ما كان يمارس عليها قبل حقبة الحريات. وبرغم الزخم القانوني الذي يقف ضد أي حجر على العمل الإعلامي بشكل عام والصحفي بشكل خاص، إلا أن طبيعة الممارسة الصحفية في المنطقة العربية، تجعل الإعلام يُدار تحت المظلة الحكومية إشرافا وتوجيها وتملكا ومراقبة.

للأسباب التي سقناها أعلاه ولأخرى اقتصادية وسياسية، تمثل المدن الإعلامية الحرة مناطق جذب قوية لأجهزة الإعلام لتوفيرها حرية الإعلام بالقدر الذي يمكنها من أداء عملها الإعلامي دون إكراهات قانونية. وتصلح نفس الأسباب التي

تقتضي إنشاء المناطق الحرة بتصنيفاتها الأخرى كأسباب رئيسية لإنشاء المدن الإعلامية الحرة، بتوافر حرية الإعلام.

فوائد وجود المدن الاعلامية الحرة ومشكلاتها

تحقق المدينة الإعلامية الحرة العديد من الأهداف والفوائد لكل من الدولة نفسها والمستثمرين والمشروعات الوطنية والأجنبية للإعلام وغيره، يمكن رصدها في ما يلي:

١) إن جميع المدن الإعلامية القائمة في دولة الإمارات العربية المتحدة توفر امتيازات العمل في المناطق الحرة مثل أن تكون الملكية بنسبة مائة بالمائة، وإعفاء ضرائبي لمدة خمسين عاما، وتسهيل إجراءات الحركة والدخول إلى دولة الإمارات العربية المتحدة [٢٦]. هذه الإعفاءات الجمركية والضريبية تشجع بلا شك عملية جذب الاستثمارات الأجنبية وتحد من هجرة الاستثمارات المحلية.

٢) تستفيد الدولة المستضيفة للمناطق الحرة في تنمية صادراتها، وتوفر فرصة العمل لمواطنيها, وتزيد حصيلتها من النقد الأجنبي. كما تساعد في دمج اقتصاديات الدولة المضيفة في منظومة الاقتصاد العالمي.

٣) تفيد المناطق الحرة في عملية نقل وتوطين التكنولوجيات الحديثة [٢٧]. ونلمس النقطة الأخيرة بشكل واضح من خلال رصد عمليات نقل التكنولوجيا كأحد أهداف وتطبيقات المدينة الإعلامية التكنولوجية الماليزية Multimedia Super Corridor [٢٨] التي تمثل بيئة مثالية لنمو المشاريع الماليزية المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات، كما تمثل بنيتها الأساسية المتطورة موئلا مهيئا لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومحورا للعمليات الإقليمية في آسيا [٢٩].

٤) ميزة هامة تقدمها المدن الإعلامية بدولة الإمارات، وهي أنها لا توفر المكاتب والمساحات والبنية التحية فقط بل أيضا تستثمر في معدات وأجهزة دعم الإنتاج الإعلامي، فعلى سبيل المثال، توفر دبي للإعلام من خلال «سما كوم» تسهيلات البث الفضائي، كما توفر الفجيرة للإعلام تسهيلات البث الأرضي الرقمي من خلال «جبلكوم» التي توفر بثا رقميا أرضيا Terrestrial Digital broadcasting داخل أراضي دولة الإمارات [٣٠]» .

٥) تخلق المدن الإعلامية الحرة، مع انتشار البث الفضائي، سوقا واسعة للصحفيين الذين يعملون في التلفزيون. فأهل الإعلام التلفزيوني على نحو خاص غدوا يتمتعون بأهمية كبيرة في سوق تشهد تطورا عارما، وباتت رواتبهم مضاعفة بعد انتقالهم من القنوات الأرضية إلى البرامج الفضائية.

٦) من المؤكد أن هذه المدن تسهم بقدر كبير في بناء صورة جديدة لدولة الإمارات ومجتمعها، فهي قد ساهمت في بروز اسم الإمارات على المستويين الإقليمي والعالمي، يقول حسام شاكر: «إن صورة دولة الإمارات مهيأة لتفاعلات عدة على ضوء البروز المتزايد لدولة الإمارات، وتجربتها في الإدراك العالمي، وعلى خلفية تنامي الاهتمام بسياقها العربي والإسلامي علاوة على مكانتها الاقتصادية وأهميتها الإقليمية الصاعدة، فضلا عن طفرة اكتشاف الإمارات كوجهة سياحية مفضلة».

٧) لا تعني المزايا السابقة أن المناطق الحرة كلها خير، حيث يصاحب عمل هذه المناطق بعض السلبيات، تتفاوت حدتها من دولة إلى أخرى حسب مرونة أو صرامة نظم مراقبة العمل ودقة الإجراءات التي تحكم عزل هذه المناطق والسلع المنتجة بها عن الاقتصاد القومي.

٨) فمن الناحية الإعلامية، وفضلا عن المشكلات السياسية التي سنأتي إلى بعضها لاحقا، تمثل المناطق الحرة الإعلامية بالنسبة للبعض مدخلا للتغول الثقافي والسيطرة الإعلامية لمن يملكها في ظل الهجمة الإعلامية الخارجية

كما يصفونها. فهناك من يرى الانتشار الواسع للفضائيات القادمة من خارج المنطقة العربية التي يعبر عنها مؤيد الحديثي بتساؤل رئيسي هو: أين يقع العالم العربي من هذه السيادة والهيمنة الإعلامية؟ هل هو قادر كنظام إقليمي على أن يجد له موضعا تحت شمس العولمة الإعلامية ؟ ويذهب إلى تبني مجموعة من مظاهر الضعف في القدرات العربية على المواجهة والآثار السلبية الناتجة من البث الفضائي في المنطقة العربية على الأصعدة الاجتماعية والثقافية [٣١].

٩) بالنسبة لمي العبد الله فهي ترى: «أن الوسائل التي أنشئت لتدعيم الديمقراطية في ميادين الإعلام ومجالات التعبير والإبداع تحولت إلى أدوات صراع، بدأ بين شركات الاتصال للاستيلاء على المحطات التلفزيونية الفضائية في إطار ما يمكن أن يطلق عليه الصراع الحضاري في العالم الحديث منطلقة من أن المعركة العالية حاليا تتمركز في الوسائل الإعلامية من ناحية والمضامين والبرامج من ناحية أخرى، لذلك يسمى هذا الصراع حرب الهواء أو حرب المحطات الفضائية [٣٢]». وعكس هذه الرؤية ينظر اليها البعض من باب ليبرالية الإعلام مثل جان كرخارجية كز على: وضرورة احترام وسائل الإعلام المعبرة عن الخصائص الثقافية للشعوب وضرورة إزالة العوائق أمام البث الإعلامي الخاص والعام وتطبيق مبادئ حرية الإعلام والإعلاميين وتعددية أقنية الإعلام، واعتبار متلقي الرسائل الإعلامية مسئولا عن نفسه ولا يحتاج إلى وصاية خارجية.

١٠) طرف ثالث يرى الوضع الاتصالي والمعلوماتي الدولي من خلال حالة التوازن المطلوبة في مثل هذا النوع من التحديات، وإذا أخذنا المصمودي نموذجا، فهو يرى فيها مجالا واسعا للفرص أمام العالم العربي الذي يتوقع له حدوث تقدم حقيقي سياسيا واقتصاديا واجتماعيا وثقافيا. فالاتصال عبر الأقمار الصناعية جعل المشاهد العربي يرى من خلال التلفزيون



المزيد من المعلومات هي بالنسبة للمواطن تحقق فرص المشاركة في التنمية، وبالنسبة للسياسي فرصة جديدة للتواؤم مع واجباته تفوق الموجودة لديه حاليا. أما جانب المزايا الاقتصادية والاجتماعية فيمكن النظر إليه من خلال التطور في الحياة الاجتماعية والاقتصادية عبر خدمات الاتصال، خاصة وأن بعض الدول العربية تتمتع بسجل جيد في هذا المجال.

١١) هنالك من يتوجس خيفة من تحول هذه المناطق إلى موئل للشركات التي تبتعد عن هدفها الإعلامي بالبحث عن أسرع طرق للربح، مما يستدعي اتخاذ تشريعات تأخذ في الاعتبار عملية فرز للمؤسسات الإعلامية التي تتقدم بالطلب للتواجد ضمن المدن الإعلامية.

١٢) فمع تطور التكنولوجيا الحديثة أصبح بالإمكان امتلاك قناة فضائية خاصة بموازنة صغيرة جدا إذا ما قورن الأمر بمتطلبات إنشاء قناة متكاملة، فتطور تكنولوجيا الأقمار الاصطناعية رفع من أعداد القنوات الخاصة نتيجة انخفاض قيمة الاشتراك بها عما كان في السابق، كما أدى تطور التكنولوجيا الرقمية إلى خفض أسعار الأجهزة التلفزيونية المختلفة الخاصة بالإنتاج والبث. فقناة البث فقط لا تكلف صاحبها سوى استخدام عدد محدود من الأجهزة من ضمنها ملقم فيديو Video server يتم تغذيته بالمواد المصورة وعدد محدود من الأفراد لإدارة العمل، فيما تحتاج القنوات متعددة البرامج إلى ملايين الدولارات لكي تبدأ بالإرسال والبث معا بعد أن تلبي كافة متطلبات العمل التلفزيوني الذي يشمل في أقصاه قيام المحطة بالإنتاج والبث معا. أما إذا ما كانت القناة إخبارية الطابع، فإن التكلفة ترتفع كثيرا لارتفاع حجم الإنتاج وحجم الكادر البشري فضلا عن تكلفة المواد الإخبارية التي يتم الحصول عليها من وكالات الأنباء وتكلفة استخدام خدمات الأقمار الصناعية للتواجد الحي في مناطق الأحداث.

على انه يجب أن نعرف أن النوع الثاني من القنوات، وهو الذي يقوم بالإنتاج والبث، ينقسم إلى نوعين: أحدهما يعتمد على بنيته التحتية بالكامل أي يملك المباني ومحطات الإنتاج وآليات البث. أما النوع الثاني فيستفيد من تجهيزات البث الخاصة بجهة أخرى، كما هو الحال بالنسبة لعدد كبير من القنوات التي تعمل في المدن الإعلامية الحرة مثل مدينة دبي للإعلام. وفي العادة تقوم المدن الإعلامية بتوفير وصلة صاعدة Uplink، وسعة فضائية Satellite Segment ومعدات التشغيل Playout Equipment ومساحة مكتبية ومساحة للاستوديوهات.

١٣) إن مثل هذه المدن يمكن أن تجمع الغث والثمين، فلا يمكن التحقق من نوايا المحطة التلفزيونية قبل انطلاقها، وما هي نواياها ومن تمثل وهل يمكن أن تكون مجالا لغسيل الأموال مثلا أو للربح السريع أو لخدمة جهة فكرية أو سياسية؟ فقد اندفع الكل لتأسيس قناته في إطار صد الهيمنة كما فعلت بعض الدول العربية في بداية الغزو الفضائي أخذا بالقول المأثور «لا يفل الحديد إلا الحديد». وفي غضون سنوات، يقول الدكتور سامي الشريف، وجدنا السماوات العربية تعج بالعديد من القنوات الفضائية للرد على القنوات الأجنبية [٢٣]. ولكن هذا ليس وحده السبب إذا ما نظرنا في أنواع ملكية القنوات الفضائية العربية، كما يلي:

أ - القنوات الحكومية تماما التي تعتمد على الدولة.

ب - القنوات الخاصة تماما والتي تتبع رأس المال الحر.

ت - القنوات التي يدخل في تمويلها القطاع الخاص إضافة إلى تملك الحكومات التي تمنح التراخيص لتلك القنوات.

ث - القنوات التي يدخل في تمويلها رأس المال العربي جنبا إلى جنب مع بعض الشركات والجهات الأجنبية.



ج – القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية التي غالبا ما تخضع لتمويل الدول والحكومات التي توجه هذه القنوات نحو المنطقة العربية أو القنوات التي توجه عبر مستثمرين أو معارضين عرب في تلك الدول [٣٤].

على ذلك تقول ميد إن واحدة من الشكاوى المعروفة أن دبي للإعلام تمنح تصريحات عمل للنشر لا حد لها مما أدى إلى فيضان من الإصدارات قليلة الجودة، ونقلت ميد ردا على ذلك من الرستماني بأن الحكم على ذلك يعود إلى القراء. فإذا كان من الممكن أن يستمروا في عملهم، فمعنى ذلك أن هنالك طلب على خدماتهم [٣٥]. وضع آخر تشير إليه مجلة أرابيان بيزنيس Arabian Business وهو حالة التشبع الذي وصلت إليه مدينة دبي للإعلام من ناحية عدم توافر أماكن جديدة للراغبين في العمل فيها، وأنه يجب على كل متقدم جديد الانتظار لفترة قد تصل إلى ثمانية أشهر مما يحيل المتقدم إلى البحث عن خيارات أخرى إما داخل دبي للإعلام نفسها في المركز الإعلامي التجاري Media Business Centre، وهو يتيح لشخص واحد أو أقل عدد من الأشخاص إدارة عملهم من قاعة واحدة، أو يمكن اللجوء إلى مراكز إعلامية أخرى مثل دبي للاستوديوهات أو مدينة الإنتاج الإعلامي الدولية، مما يعني تغيير الاختصاص أو اللجوء إلى المنطقة الحرة في رأس الخيمة أو منطقة الفجيرة الإعلامية وهما توفران مساحات العمل ولكن التطور فيهما يمضي ببطء.



الجزء الثالث

التجارب العربية في المدن الإعلامية الحرة

التجارب العربية في المدن الإعلامية الحرة

بجانب تجارب دولة الإمارات التي سنستعرضها بالتفصيل، نقف هنا عند عدد من التجارب العربية، وعلى وجه الخصوص تجربتي المنطقة المصرية الحرة العامة الإعلامية وتجربة الشركة الإعلامية الحرة الأردنية كما نشير بشكل مقتضب إلى مشروع المدن الإعلامية الحرة في سوريا وفي الكويت، ونبدأ بالتجربة المصرية.

المنطقة المصرية الحرة العامة الإعلامية

أنشئت المنطقة الحرة العامة الإعلامية في مصر عام ٢٠٠٠ م بموجب قانون الاستثمار المصري رقم ٨ لعام ١٩٩٧ كمنطقة حرة عامة ذات طبيعة خاصة بمدينة السادس من أكتوبر متخصصة في الإنتاج الفني والإعلامي والأنشطة الإنتاجية والخدمية المرتبطة به على مساحة ثلاثة ملايين متر مربع خارج نطاق الإقليم الجمركي للبلاد وتتبع أرضها للقطاع الخاص، وهي تحتوي علي حوالي ثلاثين مجمعا للاستوديوهات وعشر مناطق للتصوير الخارجي ومركزا للمؤتمرات ومسارح ودور سينما ومركزاً تجارياً ومدينة ترفيهية وفندقاً. وهي تشمل ثلاث شركات أساسية هي:



١) الشركة المصرية لمدينة الإنتاج الإعلامي.

٢) الشركة المصرية للأقمار الصناعية، نايل سات Nilesat

٣) الشركة المصرية للقنوات الفضائية.

مجالات الاستثمار في المنطقة المصرية

تعمل المنطقة الحرة العامة الإعلامية في مصر في مجالات البث الإذاعي والتليفزيوني والفضائي، وإنتاج البرامج الإذاعية والتليفزيونية والسينمائية والإنتاج الإعلامي والفني، وإنتاج وصناعة وتجميع المواد والمعدات اللازمة للأنشطة الإعلامية وتقديم الخدمات الإعلانية والإعلامية. وتنظيم المعارض وإنتاج البرمجيات، واستضافة دور الطباعة بجانب الأنشطة التعليمية والتدريبية.

ميزات الاستثمار في المنطقة المصرية

توفر المدينة الإعلامية في مصر مجموعة من الميزات الجاذبة للاستثمار الإعلامي تبدأ بحرية اختيار الشكل القانوني للمشروع، وحرية تحويل الأرباح والمال وعدم وجود قيود على جنسية رأس المال، وحرية الاستيراد من السوق المحلي أو الخارجي، دون خضوع واردات المشروعات داخل المنطقة الحرة للقواعد الاستيرادية العادية المعمول بها داخل البلاد. وهي تمنح المستثمرين الأجانب تسهيلات الإقامة، وإعفاء واردات المشروع، من الأصول الرأسمالية ومستلزمات الإنتاج لمزاولة النشاط وعدم خضوع المشروعات وأرباحها لقوانين الضرائب والرسوم بمصر طوال حياة المشروع. كما تشمل عدم جواز تأميم هذه المشروعات أو مصادرتها وعدم جواز الحجز أو الاستيلاء على أموالها، أو تجميدها أو التحفظ عليها أو فرض الحراسة عليها من غير الطريق القضائي.



تجربة الشركة الإعلامية الحرة الأردنية

تأسست شركة المدينة الإعلامية الأردنية عام ٢٠٠١م كنواة لمشروع المدينة الإعلامية الحرة التي تم الاتفاق على إنشائها بين حكومة المملكة الأردنية الهاشمية وشركة دَلَّة للإنتاج الإعلامي. واستبق قيام الشركة إقرار مجلس الوزراء الأردني مشروع قانون إنشاء المدينة الإعلامية الحرة بالأردن في ١٢ يناير ٢٠٠٠م رفضه مجلس النواب، كلياً في بداية الأمر. وقد حدد عدد من الأهداف لهذه الشركة تتمثل فيما يلي:

١) إنشاء وتطوير الاستوديوهات التلفزيونية وتزويدها بأحدث الأجهزة لتصبح احد المراكز الأساسية للإنتاج التلفزيوني في العالم العربي.

٢) جذب المحطات الفضائية التلفزيونية وشركات الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني والسينمائي.

٣) جذب المستثمرين العرب والأجانب في مجال الإعلام، وإعطائهم الحرية الكاملة لإنشاء مؤسساتهم وكفالة الحرية المطلقة في إبداء الرأي.

٤) الحرية في إحضار من يرونه من الأشخاص للعمل أو للمشاركة في النشاطات الإعلامية دون أن يكونوا ملزمين بمواقف الدولة الأردنية أو قوانينها [٣٦].

وتوفر شركة المدينة الإعلامية الأردنية مجموعة من الخدمات الإعلامية يتركز معظمها في الإنتاج التلفزيوني في خدمات ما قبل البث وخدمات البث وإعادة إرسال القنوات الفضائية، وهي تقع قرب استوديوهات مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردني شرق مدينة عمان على أرض مساحتها ثمانية عشر دونما. ويشتمل المبنى الرئيسي للشركة على صالتي استديو لإنتاج المسلسلات التلفزيونية وبرامج المسابقات والمنوعات كما يتم استخدام أستوديو تلفزيوني ثالث مربعا لبرامج الحوار والمقابلات، وأستوديو صوتي لدوبلاج المسلسلات الأجنبية.

تشتمل مباني الشركة الأردنية على مشاغل الديكور وورش الصيانة ومخازن الأجهزة والمعدات وقطع الغيار إضافة إلى مكاتب يمكن تأجيرها للراغبين في الاستفادة من مزايا وخدمات المدينة الإعلامية الحرة. وتمتلك الشركة سيارة للنقل الخارجي OB مجهزة بأربع كاميرات تلفزيونية وبالتجهيزات الضرورية للمزج والتسجيل والبث عبر الأقمار الاصطناعية المباشر كما تستخدم عددا من المحطات الأرضية للاستقبال من الأقمار الآسيوية والأوروبية وللإرسال عبر القمرين العربي والمصري.

مشروعات عربية أخرى

بجانب المدينتين الإعلاميتين المصرية والأردنية، أعلن عن مشروعات مماثلة هنا وهناك منها مشروعين في سوريا والكويت، نعرض هنا أهم جوانبهما باعتبارهما ما زالا في طور التخطيط.

بالنسبة للمشروع السوري فهو جهد حكومي مشترك بين وزارة الإعلام، والمؤسسة العامة للمناطق الحرة، والمؤسسة العامة للمعارض والأسواق الدولية في مساحة تبلغ حوالي ٦٥ ألف متر مربع مقسمة إلى مساحات تتنوع حسب رغبة المستثمر [٣٧].

ووفق كتيب التعليمات التنفيذية لاستثمار وإدارة الأنشطة الإعلامية للمدينة الحرة، فقد اقتصر منح الترخيص على قبول طلبات السوريين ومن في حكمهم فقط، خلال السنوات الخمس الأولى. وسيسري على عملها القوانين واللوائح السورية المتعلقة بالأمن والسيادة الوطنية [٣٨] والآداب والصحة العامة.

تشمل التسهيلات والمزايا التي تتمتع بها الأنشطة الإعلامية الإعفاءات من كل الضرائب والرسوم. وهي تسمح بإدخال رساميل وآلات ومعدات وتكنولوجيات وكل معاملات المطبوعات وإنشاء المحطات التلفزيونية ووسائل الإعلام الأخرى، كما



تضمن السماح بافتتاح محطات فضائية وصحف ومجلات وإذاعات خاصة. وسيتم التعامل مع الصحف والمجلات التي ستصدر من المدينة معاملة المطبوعات الخارجية. أما النشر الالكتروني فيتوجب على المستثمر الراغب بإنشاء موقع إعلامي تفاعلي على شبكة الانترنت أن يعتمد مديرا مسئولا عن كل ما ينشر ضمن هذا الموقع.

وتنقسم شروط التراخيص الخاصة بالمحطات التلفزيونية إلى أربعة أقسام:

١- قنوات إعلانات وأغاني دون برامج.

٢- قنوات برامج منوعات بدون أخبار سياسية.

٣- قنوات منوعات مع أخبار سياسية.

٤- قنوات إخبارية فقط.

أما بالنسبة للمشروع الكويتي فهو ما يزال في مراحل التأسيس الأولية تشريعيا وإداريا وماليا باسم شركة المنطقة الحرة للإعلام والتكنولوجيا، وهي شركة مساهمة عامة (تحت التأسيس). وقد صدر قرار مجلس الوزراء الكويتي بالموافقة على تأسيسها بتاريخ ٢٠٠٤/١٢/١٢م، وهي تُعنَى بإدارة منطقة تجارية حرة في مجال الإعلام ومجال تقنية المعلومات، وهي عبارة عن اكتتاب عام لم يكتمل بعد.



الجزء الرابع

المدن الحرة في دولة الامارات العربية المتحدة

اولا : منظومة المنطقة الحرة للإعلام وتكنولوجيا المعلومات في دبي

نعرض في هذا الفصل المكونات الرئيسية لمنظومة المنطقة الحرة للإعلام وتكنولوجيا المعلومات في دبي ومكوناتها المختلفة، تيكوم Dubai Technology e-Commerce and Media Zone [٣٩] التي يطلق عليها اختصارا تيكوم Tecom، وهي تعمل في شكل منظومة متكاملة تشمل الإعلام والتكنولوجيا؛ إما أن يعمل كل واحد في جانب متخصص أو يدعم عمل الجهات الأخرى وهي تشمل ثمانية قطاعات وفق ما يلي :

١) مدينة دبي للإعلام Dubai Media City DMC.

٢) مدينة دبي للانترنت Dubai Internet City DIC .

٣) قرية دبي للمعرفة Dubai Knowledge Village.

٤) مدينة دبي للاستوديوهات Dubai Studio City.

٥) منطقة دبي للتعهيد Dubai Outsource Zone.

٦) منطقة الإنتاج الإعلامية الدولية International Media Production Zone

٧) مجمع دبي للتقنيات الحيوية والأبحاث، دبيوتك [٤٠] Dubiotech.

٨) إي هوستغ داتافورت E Hosting Datafort لخدمات الاستضافة والحماية الالكترونية [٤١]



وقد صدر مرسوم حكومة دبي بتأسيس منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام، بتاريخ ٣١ يناير ٢٠٠٠ م [٤٢] وتم تعديله بالقانون رقم ٩ لعام ٢٠٠٣ والتعديل الصادر بالقانون رقم ١١ لعام ٢٠٠٤ والقانون رقم ١ لعام ٢٠٠٦ [٤٣]، لجعل دبي «مركزًا للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام وكهيئة اعتبارية لها استقلالها المالي والإداري في المنطقة الحرة في جبل علي حسب بيانها التأسيسي». وتمثل تيكوم، من جانب، الذراع الاستثماري Tecom Investm الخاص بالإعلام والتكنولوجيا التابع لشركة دبي القابضة Dubai Holdings وهي بذلك تملك مجموعة من السلطات والمسئوليات. فهي تشرف على الأعمال التجارية داخلها وتقدم خدمات الاتصالات والانترنت. أما من الجانب الثاني، فهي تمثل أيضا هيئة غير ربحية Non profit تمثل سلطة منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام Tecom Authority وتعمل على تطوير الاستراتيجيات والسياسات التي تعمل على جعل دبي مركزاً قيادياً للتكنولوجيا والتجارة الالكترونية والإعلام، وتقدم النصح لحكومة دبي فيما يتعلق بالتشريعات المناسبة لضمان حماية المعلومات والملكية الفكرية وجرائم الانترنت. وتدير هذه الهيئة سلطة المنطقة الحرة التي تتمثل أهدافها في [٤٤]:

١) وضع الاستراتيجيات والسياسات وطرق تنفيذها بهدف جعل دبي مركزاً للتكنولوجيا والتجارة الالكترونية و الإعلام.

٢) إجراء البحوث وتقديم الاستشارات للحكومة فيما يتعلق بالقوانين الخاصة بتنظيم وتشجيع التكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام في الإمارة، بما في ذلك حماية البيانات وحماية حقوق الملكية الفكرية ومكافحة الجرائم المتصلة بالتجارة الإلكترونية.

٣) إنشاء وامتلاك وتطوير مؤسسات إعلامية في المنطقة الحرة سواء بشكل منفرد أو بالاشتراك مع آخرين، ويشمل ذلك إنشاء جامعة للإنترنت ومركز للبحوث.



٤) التنسيق مع المناطق الحرة الأخرى فيما يتعلق بالأمور ذات الاهتمام المشترك [٤٥].

قانون إنشاء المنطقة الحرة نص على ما يلي لتأكيد حرية تأسيس وممارسة العمل في مجال الإعلام وتكنولوجيا المعلومات:

١) مؤسسات المنطقة الحرة وعمالها معفيون من جميع الضرائب بما فيها ضريبة الدخل، وتستثنى من أية قيود تتعلق بتحويل رأس المال والأرباح والأجور بأية عملة من العملات.

٢) الشركات العاملة في المنطقة الحرة الجديدة لها حق إبرام عقود استئجار الأراضي والمباني لمدة تمتد إلى ٥٠ عامًا.

٣) عدم خضوع أموال وأنشطة الشركات طوال مدة عملها في المنطقة الحرة لأية إجراءات تأميمية أو مقيدة للملكية الخاصة.

٤) المنطقة الحرة مفتوحة لجميع أنواع المنتجات من جميع المصادر سواء كانت وطنية أو أجنبية. البضائع الواردة للمنطقة الحرة أو المصنعة أو المنتجة أو المطورة فيها من الرسوم الجمركية، ولا تستوفى عنها رسوم جمركية أو أي رسوم أخرى عند تصديرها.

٥) المنتجات المحفوظة في المنطقة أو المستخدمة في أي عملية أو التي تدخل في تصنيع أي منتج في المنطقة الحرة معفاة من الرسوم الجمركية.

٦) تضمن الحكومة طبقاً لقانون المنطقة الحرة بأن لا تخضع أموال مؤسسات المنطقة الحرة أو أنشطتها طوال مدة عملها لأي إجراءات تأميمية أو مقيدة للملكية الخاصة.

٧) يجوز لمؤسسات المنطقة الحرة أن توظف أو تستخدم من تشاء في أعمالها في المنطقة الحرة على أن لا يكون من رعايا أي بلد مقاطع سياسياً أو اقتصاديا من قبل الدولة، ولا يخضع عمال أو مؤسسات المنطقة الحرة فيما



يتصل بعملياتها في المنطقة الحرة، للقوانين والأنظمة المتعلقة ببلدية دبي أو بدائرة التنمية الاقتصادية فيها، أو للسلطات الداخلة ضمن اختصاص أي منهما.

٨) يجوز تأسيس شركات ذات مسؤولية محدودة في المنطقة الحرة بموجب أنظمة المنطقة الحرة وتعدّ هذه الشركات من مؤسسات المنطقة الحرة، ويجوز أن يملك هذه الشركات شخص واحد أو أكثر سواء كان شخصاً طبيعياً أو اعتبارياً وسواء كان من المواطنين أو الأجانب.

٩) لسلطة المنطقة الحرة صلاحية الموافقة على إنشاء مؤسسات المنطقة الحرة وتسجيلها وتنظيم الإجراءات والأمور المتصلة بهذا الشأن كافة بما في ذلك تأسيس الشركات ذات المسئولية المحدودة وتسجيلها.

مدينة دبي للإعلام

صدر أمر إنشاء مدينة دبي للإعلام Dubai Media City (DMC) [٤٦] بتاريخ ١ فبراير ٢٠٠٠ لتنظيم وترخيص أنشطة الإعلام والبث الإذاعي والتلفزيوني والترفيه والإعلام والطباعة والنشر والإعلان ووكالات الأخبار والإنتاج السينمائي والمسرحي والموسيقى وأنشطة الخدمات المرتبطة بذلك في منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية. وتعمل مدينة دبي للإعلام تحت مظلة تيكوم مثل باقي المنظومة.

«تم تأسيس مدينة دبي للإعلام، لكي تكون بمثابة محور إقليمي للاعلام الدولي والإقليمي والمحلي لوكالات الأنباء ومؤسسات النشر والطباعة والإعلام الالكتروني والإعلان، ومؤسسات البث الاذاعى والتلفزيوني. وقد استطاعت مدينة دبي للإعلام في أقل من عشر سنوات أن تجعل من دبي مركزا هاما للإعلام في المنطقة العربية وتمكنت من اجتذاب كبريات الشركات الإعلامية والإعلانية العربية والعالمية بحيث



شكلت شبكة ضخمة لتبادل الخدمات المرتبطة بالإعلام[٤٧]». لقد وصل عدد الشركات المتخصصة العاملة في المنطقة الحرة لمدينة دبي للإعلام بنهاية ٢٠٠٧ مع الذكرى السادسة لانطلاقها إلى أكثر من ألف و٢١٣ شركة، ويعتبر قطاع البث التلفزيوني من القطاعات التي حققت نموا كبيرا بمدينة دبي للإعلام حيث وصل عدد المؤسسات التلفزيونية بالمدينة إلى حوالي ٦٠ مؤسسة تقوم بتشغيل وبث ما يناهز ١٦٠ محطة تلفزيونية متنوعة ما بين إخبارية وثقافية وترفيهية وعامة. كما كان قطاع النشر من القطاعات صاحبة النصيب الأكبر في النمو خلال السنوات الماضية حيث وصل عدد دور النشر العاملة بالمدينة إلى أكثر من ١٢٠ دارا للنشر تقوم بإصدار نحو ٤٠٠ مطبوعة يتم تصدير جانب كبير منها إلى العديد من أسواق المنطقة [٤٨]».

الأنشطة الداعمة لعمل دبي للإعلام

تشير ميد MEED إلى أن واحدة من أهم مؤشرات النجاح الذي أحرزته مدينة دبي للإعلام استضافتها لاجتماعات الاتحاد الدولي للإعلان International Advertising Association IAA الذي عقد مؤتمره السنوي بمركز دبي للمؤتمرات بحضور ألفي مندوب منهم أكثر الشخصيات نفوذا في عالم الإعلانات في العالم[٤٩].

تنظم دبي سنويا مجموعة من المؤتمرات والمعارض في مجالات الإعلام والاتصالات منها مؤتمر للإعلام العربي تُناقش فيه كافة القضايا التي تهم الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية بجانب معرض كابسات السنوي الذي يقدم حلول شركات الاتصال في مجالات البث والنقل الإذاعي والتلفزيوني.

ومع مزيد من جاذبية دبي كسوق إعلامية، أطلقت شركة فياكوم قناة MTV باللغة العربية من دبي تحت اسم MTV أرابيا، بينما تجهز لإطلاق قناة نكلوديون للأطفال Nickelodeon باللغة العربية من دبي أيضاً. وقد منحت دبي ترخيصاً لشركة



باراموند الإنتاجية في هوليوود لاستغلال بعض أشهر أعمالها تجارياً في المتنزهات وأماكن الترفيه المختلفة.

الخدمات الرئيسية في مدينة دبي للإعلام

فيما يلي مجموعة الخدمات الرئيسية التي يمكن القيام بها في مدينة دبي للإعلام والتي تمنح المدينة ترخيصا بمزاولتها:

١) النشر Publishing: يغطّي الصحافة الورقية، المجلات، الكتب بمختلف أنواعها بما في ذلك الكتب التربوية المواد الإعلانية والترويجية، والنشر الالكتروني.

٢) خدمات البث الإذاعي والتلفزيوني Broadcasting ويشمل جميع الخدمات الإنتاجية وخدمات البث الأرضي والفضائي وخدمات إعادة البث.

٣) السينما Film: يشمل أعمال إنتاج الأفلام والتوزيع، إدارة حقوق المحتوى السينمائي Film Content Rights Management وخدمات ما بعد الإنتاج كما يشمل إنتاج الأفلام المتحركة.

٤) خدمات الترويج والتسويق الإعلامي Media and Marketing Services: تشمل خدمات التسويق المباشر، وخدمات الترويجية، والإعلان ووكالات العلاقات العامة والاتصال، وإدارة حقوق الملكية الفكرية، البيع والشراء والتمثيل الإعلامي، وخدمات هوية الشركات Corporate Identity & Branding.

٥) خدمات وكالات المعلومات Information Agencies: وهي تشمل خدمات وكالات الأنباء، وخدمات البحوث والدراسات الإعلامية وخدمات المعلومات.

٦) الموسيقى والترفيه: تشمل إنتاج التسجيلات الموسيقية، التوزيع الموسيقى النشر الموسيقى، إدارة حقوق الملكية، الترويج للأعمال الموسيقية إدارة المناسبات، إدارة حدائق الألعاب والترفيه الحي، الفنون المسرحية والرقص.



٧) خدمات الإعلام الجديد New Media: من تصميم وإدارة مواقع الانترنت وتقديم الخدمات التفاعلية والبثّ على شبكة الإنترنت، وتطوير برمجيات الإعلام الجديد والوسائط المتعددة وألعاب الفيديو.

٨) خدمات الدعم الإعلامي Media Support Service: تقديم خدمات وأجهزة الأقمار الصناعية وخدمات الهاتف النقال وخدمات أجير المعدات والأجهزة الإعلامية للإنتاج وخدمات الأرشفة والتوزيع.

٩) مقدمو الخدمات العامة Service Provider: يقصد بها خدمات المطاعم، الأدوات المكتبية، المصحات، محلات التجميل، مكتبات الكتب، الخدمات المصرفية، الموسيقى والفيديو، وكالات السفر، نظافة الملابس وخدمات التأمين، وغيرها.

١٠) الخدمات الاستشارية Consultancy: تقديم الاستشارة القانونية، والمحاسبة وخدمات مراجعة الحسابات وخدمات الموارد البشرية، والتسويق، وإدارة المشاريع.

١١) هناك أيضا مجموعة من الخدمات الجديدة تمت إضافتها مؤخرا تشمل قطاعات الترفيه والمناسبات Leisure and Events والإعلام الجديد New Media[٥٠].

الإجراءات المطلوبة للعمل في مدينة دبي للإعلام

تقدم مدينة دبي للإعلام على مجموعة من الأسس توضح المعايير والضوابط التي تقوم عليها القنوات التلفزيونية التي تبث منها وهي متضمنة في قانون إنشاء منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام، تشمل:

١) مؤسسات المنطقة الحرة وعمالها معفيون من جميع الضرائب بما فيها ضريبة الدخل، وهي مستثناة من أية قيود تتعلق بتحويل رأس المال والأرباح والأجور بأية عملة من العملات.

٢) الشركات العاملة في المنطقة الحرة لها الحق في إبرام عقود استئجار الأراضي والمباني لمدة طويلة.

٣) لا تخضع أموال وأنشطة الشركات طوال مدة عملها في المنطقة الحرة لأية إجراءات تأميمية أو مقيدة للملكية الخاصة.

٤) المنطقة الحرة لها سلطة مستقلة لدعم وتوفير البنية التحتية والمباني وخدمات الإدارة وتنظيم الأعمال والأنظمة وتوفير خدمات الاتصالات والإنترنت ووضع الشروط اللازمة لها.

٥) مهام هذه السلطة تتضمن أيضا إنشاء وامتلاك وتطوير مؤسسات في المنطقة الحرة سواء بشكل منفرد أو بالاشتراك مع الآخرين.

٦) المدينة الإعلامية الحرة مفتوحة لرعايا جميع الدول ومنتجاتها ما عدا مواطني ومنتجات الدول التي لا توجد معها علاقات سياسية أو اقتصادية وفقًا للقانون.

وتتلخص الإجراءات التي تطلبها مدينة دبي للإعلام لتأسيس قناة تلفزيونية وبثها من دبي أربع خطوات رئيسية تتلخص في :

الخطوة الأولى: تتمثل الخطوة الأولى في تقديم المستندات القانونية المطلوبة ومطلوب استيفائها قبل إصدار أي ترخيص بالعمل في المنطقة الحرة بدبي وبمجرد تقييم طلب الترخيص بواسطة لجنة البث فإن الموافقة الأولية يتم إصدارها. وهي تشمل :

١) طلب تسجيل (نموذج جاهز).

٢) معلومات تفصيلية عن المساهمين في وثيقة وصورة من جوازات سفرهم وخطاب توصية مصرفي لكل واحد منهم.

٣) تسمية المفاوض أو الممثل القانوني (اختياري) في قرار التأسيس وتوضيح التوكيل للمدير موثقا في حالة التوكيل.



٤) جواز سفر ساري المفعول للمدير العام.

٥) خطاب مصرفي يؤكد القدرة المالية من مصرف يعمل بدولة الإمارات العربية المتحدة، برأس مال لا يقل عن مليونين ونصف المليون درهم إماراتي.

الخطوة الثانية: بمجرد الحصول على الموافقة فإنه يجب على مقدم الطلب حجز مساحة مكتبية في مدينة دبي للإعلام، علما بان أقل مساحة يجب حجزها هي ٨٠٠ قدم مربع وهذه المساحة يمكن استخدامها للمكاتب والاستوديوهات وتجهيزات الإنتاج الأخرى.

الخطوة الثالثة: يؤكد مقدم الطلب قدراته المالية بإيداعه مبلغ مليونين ونصف المليون درهم إماراتي باسم شركته في احد مصارف دولة الإمارات العربية المتحدة.

الخطوة الرابعة: يكمل مقدم الطلب اتفاقا مع شركة ساماكوم SamaCom Broadcast Services المقدم الرئيسي لخدمات الأقمار الصناعية التابعة لمنطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والإعلام Dubai Technology and Media Free Zone.

مدينة دبي للإنترنت

مدينة دبي للإنترنت Dubai Internet City (DIC)[٥١] هي منطقة اقتصادية حرة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والانترنت تابعة لحكومة دبي عبر تيكوم، كما ذكرنا. وقد تم تأسيسها في أكتوبر من عام ٢٠٠٠ وخطط لها أن تكون مركزاً إقليمياً واقتصادياً ودولياً مثالياً لصناعة البرمجيات وتطويرها ولخدمة قطاعات الاقتصاد الجديد. وهي تهدف إلى بناء قاعدة إستراتيجية لاستهداف الشركات التي تعمل في المجال نافذة على الأسواق، ويتوفر لها سرعة الوصول إلى الأسواق الإقليمية في الشرق الأوسط، وشمال إفريقيا، وشبه القارة الهندية، وكومنولث الدول المستقلة.



ولوضع هذا التصور موضع التنفيذ وإبرازه إلى حيز الوجود، وضعت أهداف واضحة ومحددة هي:

١) إقامة البنية التحتية تم بمقاييس عالمية، فضلا عن تجهز نظم اتصالات قادرة على استيعاب كم هائل من المعلومات بسرعة عالية، وهي تعتمد على آخر ما توصلت إليه التكنولوجيا الحديثة وبتكلفة منخفضة.

٢) تتوفر في المدينة المكاتب المجهزة بأحدث التسهيلات والوحدات السكنية ذات المستويات العالمية والمزودة بالمرافق الطبية والتعليمية.

٣) القوانين المتبعة تؤكد تبسيط الإجراءات وسرعة تسجيل الشركات وغيرها من المعاملات الحكومية لاستقطاب الكفاءات العالية، والعمالة العالية المهارة.

تعمل شركات التكنولوجيا بشكل مشابه لما هو متبع في المناطق الحرة الأخرى في دبي، إذ تسمح مدينة دبي للإنترنت بحق الملكية الكاملة بالنسبة للأجانب ولا يطبق نظام الكفالة في المشاريع المرتبطة بها. ويتم السماح للمستثمرين بشراء المساحات والأراضي والمكاتب أو استئجارها، وهذه المساحات والأراضي والمكاتب مجهزة بالمرافق التي تؤهلها للعمل الفوري ووسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية.

تمتاز مدينة دبي للإنترنت بالموقع الإستراتيجي الجيد فيما يختص بالإمداد بالقوى العاملة الماهرة والمؤهلة للعمل في مجال تكنولوجيا المعلومات، فهي تقع في الوسط بين المنطقة العربية وشبه القارة الهندية فضلا عما توفره إمارة دبي من ظروف معيشية وسكنية عالمية المستوى مما شجع على جذب المستثمرين والخبراء على الإقامة الدائمة أو الإقامة لمدد طويلة في المنطقة. وقد أدى ذلك بحسب جمال عبد السلام، المدير التنفيذي للمدينة، إلى جذب قرابة ٩٠٠ شركة منها أكبر شركات تكنولوجيا المعلومات العالمية التي أقامت مكاتب إقليمية في دبي، وهي تشمل: مايكروسوفت Microsoft، آي بي إم IBM، شركة أوراكل Oracle Corporation ،



صن مايكروسيستمز Sun Microsystems ، شركة سيسكو Cisco ، إيتش بي HP ، نوكيا Nokia وسيمينز Siemens[٥٢].

مجالات عمل مدينة دبي للانترنت

تغطي مدينة دبي للانترنت خمسة مجالات عمل رئيسية [٥٣] تمنحها تراخيص العمل في القطاعات المختلفة المتصلة بأهدافها، وهي تشمل :

١) **تطوير برمجيات الويب** Software Development/Web-based: وفي هذا القطاع يوجد ٢٤ مجالا تفصيليا مثل مقدمي البرمجيات ومقدمي المحتوى ومحركات البحث والدفع الالكتروني وتصميم المواقع ومطوري مواقع البنوك الالكترونية والتجارة الالكترونية والترويج الالكتروني وغيرهم.

٢) **تكنولوجيا المعلومات** Information Technology IT: ويشمل هذا القطاع عشرين مجالا تفصيليا مثل مقدمي حلول الشبكات، وخدمات استضافة المواقع، ومقدمي خدمات أمن الشبكات، وخدمات الشرائح الالكترونية، والاستشارات في مجال الاتصالات وهندسة البرمجيات ومقدمو حلول تحديد المواقع GPS وغيرهم.

٣) **مقدمو الخدمات العامة** Service Providers: هذا المجال يتعلق بالشركات التي تقدم خدمات مختلفة وداعمة لعمل قطاعات العمل المختلفة في مدينة دبي للانترنت.

٤) **القطاع الاستشاري** Consultancy: ويضم هذا القطاع مجموعة واسعة من الشركات التي تقدم خدمات استشارية متخصصة في كافة المجالات، القانونية والهندسية والإدارية والتجارية ومجالات المحاسبة القانونية ومراجعة الحسابات وتصميم المكاتب وأبحاث السوق وغيرها.



٥) **المكاتب الإقليمية** Regional Headquarters: وهذا القطاع مخصص لأنواع مختلفة من شركات تكنولوجيا المعلومات التي لديها مكاتب إقليمية رئيسية في دبي. وهو يشمل مكاتب التسويق، ومكاتب التمثيل التجاري ومكاتب الاتصال وغيرها.

الأنشطة الداعمة لعمل دبي للانترنت

دعمت دبي أفق عمل منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام بمعرض الشرق الأوسط الدولي للكابلات والأقمار الاصطناعية والبث والاتصالات (كابسات) الذي يقام سنويا بواسطة مركز دبي الدولي للمؤتمرات والمعارض وهو يعرض سنويا أهم ما توصلت إليه التكنولوجيا في مجال الإذاعة والتلفزيون وتكنولوجيات الاتصال المختلفة.

يدعم هذا الأفق أيضا معرض (جيتكس) وهو أكبر معرض لتكنولوجيا المعلومات في المنطقة، مخصص للمؤسسات الكبرى والشركات الصغيرة والمتوسطة في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وجنوب آسيا، وهو يجمع كبرى الشركات المتخصصة في الشبكات والأمن وتكنولوجيات المكاتب وحلول تكنولوجيات المعلومات.

مدينة دبي للاستوديوهات

مدينة دبي للاستوديوهات Dubai Studio City هي جزء من مدينة دبي الإعلامية «مقرها دبي لاند وتعمل تحت مظلة تيكوم، وقد تم إطلاقها في فبراير ٢٠٠٥ لتلبية حاجة المنطقة للاستوديوهات السينمائية، وجميع الاحتياجات الإنتاجية الخاصة بالاستوديوهات. وتصل المساحة الإجمالية للمشروع إلى ٢١ مليون قدم مربع[٥٤]» تشمل هذه المساحة بالتفصيل في مرحلتها الأولى Phase 1 18 أستوديو و٣ قاعات

صوتية و٤ مباني من ست طوابق وبرج من ١٥ طابقا يفترض أن يكتمل بناؤها في ٢٠٠٨ [٥٥].

تعتمد المدينة في بنيتها الأساسية على استوديوهات جاهزة Pre-built studios واستوديوهات عازلة للصوت Sound stages وورش لخدمات الإنتاج السينمائي واستوديوهات لعمليات ما بعد الإنتاج ومركز تدريب ومعاهد سينمائية وتلفزيونية، كما تشمل المدينة إنشاء مركز الإنتاج التلفزيوني إضافة إلى مركز للإعلاميين المستقلين العاملين لحسابهم الشخصي. وتقدم مدينة دبي للاستوديوهات مجموعة مميزات اقتصادية مثل حرية تملك المشروعات بنسبة ١٠٠ بالمائة والإعفاء الكامل من الضرائب بجميع أشكالها والإعفاء من الرسوم الجمركية وحرية حركة رأس المال والعائدات والأرباح حرية كاملة.

ويهدف مشروع مدينة دبي للاستوديوهات إلى:

١) منح صناعة السينما الفرصة للنمو محليا وإقليميا ودعم الإنتاج التلفزيوني والموسيقي في المنطقة، واستقطاب جزء من صناعة السينما العالمية.

٢) استقطاب المؤسسات العالمية والإقليمية العاملة في مجالي صناعة السينما والإنتاج التلفزيوني.

٣) جذب شركات الخدمات المكملة لهذين المجالين، مثل شركات خدمات ما بعد الإنتاج والتي يتضمن نشاطها عمليات المونتاج والمكساج والدوبلاج، إضافة إلى استوديوهات الرسوم المتحركة واستوديوهات التسجيل الصوتي.

٤) تلبية لحاجات مجتمع العمل التلفزيوني بعد النمو الملحوظ في الطلب لبعض المنتجات المتخصصة من قبل المؤسسات التلفزيونية خلال الفترة الماضية.



المشروعات السينمائية في دبي

١) وقعت شركة تطوير التابعة لحكومة دبي اتفاقا مع شركة دريم وركس الأمريكية لإقامة متنزه على مساحة ٣ ملايين متر مربع، تقدم خلاله أشهر شخصيات دريم وركس التي ظهرت في أفلام الرسومات المتحركة مثل شريك، وكونغ فو باندا الشخصية الجديدة التي تقدمها الشركة خلال الفترة المقبلة.

٢) تعمل دبي على تطوير تعاملها مع شركة ثالثة من هوليوود بافتتاح أستوديو دبي الذي يعد أول بادرة تعاون بين المدينة واستوديوهات يونيفرسال بعد أن تعاقدت استوديوهات يونيفرسال العالمية مع شركة تطوير لتأسيس مدينة يونيفرسال دبي لاند العالمية في دبي على مساحة ١٤٩ فداناً. ويشمل المشروع إقامة متنزهات وسلاسل مطاعم وفنادق عالمية، وتواجد لأكبر شركات وقنوات الترفيه.

٣) جذب هذا الواقع الجديد السينما الهندية إذ أعلن في يونيو ٢٠٠٨ عن مشروع مشترك بين شركة «دبي إنفنتي هولدنجز» Dubai Infinity Holdings مع شركة «ياش راج فلمز» Yash Raj Films وهي واحدة من أهم الأسماء الشهيرة في مجال السينما والترفيه في الهند يتضمن بناء مشروع واسع لمنطقة ترفيهية في دبي مكرس لهذا الاسم الذي يتمتع بمكانة راقية في عالم الأفلام.

٤) للعمل على تعزيز التوجه السينمائي أطلقت دبي في عام ٢٠٠٤، مهرجان دبي السينمائي الدولي وتتولى مسؤولية تنظيمه سلطة منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والإعلام. ويهدف المهرجان إلى تسليط الضوء على الثراء الثقافي الذي تتميز به دبي، ويقدم المهرجان الأفلام الطويلة والقصيرة والتسجيلية من جميع أنحاء العالم. وتوفر الفعاليات الاحتفالية التي تنظم على هامش المهرجان فرصة رائعة للمشاركين والضيوف لإبرام اتفاقيات التعاون في مجال الإنتاج السينمائي.



منطقة الإنتاج الإعلامية الدولية

منطقة الإنتاج الإعلامية الدولية The International Media Production Zone هي منطقة حرة تعمل تحت مظلة تيكوم لتقدم الخدمات المتخصصة التي تلبي حاجات شركات الإنتاج الإعلامي الطباعية. وقد أنشأتها حكومة دبي لخلق بيئة عمل خاصة بشركات الإنتاج الإعلامي من كافة أنحاء العالم وهي تخدم بشكل حصري الشركات التي تعمل في مجال فن الغرافيك Graphic art والنشر والتغليف Publishing and Packaging.

تقع منطقة الإنتاج الإعلامية الدولية في منطقة جبل علي وتبعد عن مدينة دبي للإعلام ٧ كيلومترات ويشغل مشروعها مساحة تبلغ ٥٠ مليون قدم مربع بالقرب من طريق الإمارات الدائري بدبي، ز وقد انفق في مرحلة التأسيس الأولى مليار درهم إماراتي في تشييد مراكز الطباعة والتغليف كما سيتم إنفاق ٧٠٠ مليون درهم في المرحلة الثانية لتأسيس المكاتب[٥٦] .

ولأن عمليات النشر والطباعة تتطلب أقساما متنوعة، منها تلك الخاصة بالحبر والورق إلى الأقسام الخاصة بسكن العمال وعائلاتهم، فقد تم تخصيص مساحة كاملة مؤهلة لاستيعاب كل هذه الأقسام، كما تم اختيار جبل علي كمقر، لكون هذه المنطقة قريبة من الميناء بحسب متطلبات مراكز الطباعة.

وقاد وجود منطقة الإنتاج الإعلامية الدولية عددا من الصحف الدولية إلى افتتاح مراكز طباعة في الإمارات العربية المتحدة بدافع آخر هو ارتفاع عدد الوافدين المتحدثين بالانجليزية في الدولة من ناحية وتوافر البيئة الإعلامية الحرة التي خلقتها المدن الإعلامية من ناحية أخرى. «فقد أطلقت صحيفة فاينانشيال تايمز طبعة خاصة للمنطقة، كما وقعت صحيفة انترناشونال هيرالد تريبيون مذكرة تفاهم مع مؤسسة دبي للاستثمار، تتيح لصحيفة خليج تايمز الإماراتية الصادرة بالانجليزية، أن تطبع الهيرالد تريبيون في دبي. وبذلك أصبحت الصحيفة متوفرة في الإمارات منذ مايو ٢٠٠٨. وفي مايو ٢٠٠٧ أعلنت شركة نيوز

إنترناشونال مالكة صحيفتي تايمز وصنداي تايمز عن بدء طباعة النسخة الدولية من الصحيفتين في دبي [٥٧]».

مشروعات أخرى داعمة

تعمل مجموعة أخرى من المشروعات القائمة في دعم دبي الحرة للتكنولوجيا والإعلام مثل قرية المعرفة ومنطقة دبي للتعهيد بعضها يخدم الجانب التكنولوجي وبعضها يوفر برامج التدريب خاصة في المجال التقني، بعضها يعمل مباشرة تحت إشراف تيكوم وبعضها يعمل تحت جهات أخرى.

قريه دبي للمعرفة

قرية دبي للمعرفة Dubai Knowledge Village [٥٨] تم تأسيسها في عام ٢٠٠٣ كوجهة تعليمية ومركز عالمي لنشر المعرفة وعلومها المختلفة تعمل تحت تيكوم للاستثمار، وهي تعد المنطقة الحرة الوحيدة في العالم المخصصة لمؤسسات التدريب الاحترافي، وقد تمكنت القرية في سنوات قليلة من استقطاب عدد كبير من الجامعات والمعاهد العلمية ومراكز التدريب الإقليمية والعالمية رفيعة المستوى وصل عددها إلى ٢٠٠ مؤسسة متخصصة. ووصل عدد الجامعات الدولية التي حرصت على افتتاح أفرع لها داخل القرية إلى ١٥ جامعة معروفة من ٩ دول، هي: استراليا والمملكة المتحدة والهند وباكستان وإيران وروسيا وبلجيكا وايرلندا وكندا. وتضم القرية أكثر من ٤٠٠ مركز تدريبي ومهني متخصصة في تنمية الموارد البشرية، وإدارة الموارد البشرية، والاختبارات الاحترافية، بالإضافة إلى التدريب الإداري، وخدمات الاستشارات.

منطقة دبي للتعهيد

منطقة دبي للتعهيد Dubai Outsource Zone [٥٩] أطلقتها مدينة للانترنت في ١٥ يونيو ٢٠٠٤ لتصبح أول منطقة متخصصة بهذا النوع من الأعمال في العالم،



والتعهيد المقصود منه نموذج أعمال أنتجه التطور الكبير الذي يشهده العالم في مجال الأعمال الإلكترونية، و يعني أن تعهد أية مؤسسة أو شركة بجزئية من أعمالها الداخلية إلى مؤسسة أخرى متخصصة تتولى عنها إدارة هذه الجزئية أو المهمة بقدر أكبر من الفعالية، يسمح للأولى بالتركيز على محور أعمالها الرئيسية.

ثانيا: المنطقة الحرة للإعلام في أبوظبي

في ١٢ اكتوبر ٢٠٠٨ أطلقت أبوظبي من خلال شركة مبادلة [٦٠] الذراع الاستثماري لإمارة أبوظبي منطقة جديدة لإنشاء المحتوى الإعلامي باسم Twofour 54 والاسم يرمز إلى الإحداثيات الجغرافية لمدينة أبوظبي الواقعة على خط العرض ٢٤ شمالاً وخط الطول ٥٤ شرقاً، لتوفير بيئة دعم كاملة التجهيزات يمكنها أن تجمع الشركات المحلية والاقليمية والدولية العاملة في مختلف قطاعات الإعلام، من صناعة الأفلام والبث والنشر إلى التكنولوجيا الرقمية والموسيقى ثم تمتد لتشمل الرسوم المتحركة والمحتوى الرقمي وسائر الفنون.

ويقول بيان منطقة «تو فور- ٥٤» [٦١] أنه مع وجود عدد من شركات المحتوى الرائدة عالمياً والإعلان عن خططها للمنطقة، فإنّ البيئة المتكاملة التي ستقوم عليها سوف توفر المنشآت والتجهيزات الانتاجية والبنية التحتية وفرص التدريب والحاضنة للأعمال الجديدة، وكل ذلك في موقع واحد، بما يتيح تطوير محتوى عربياً راقي المستوى وبأيدٍ عربية ليتوجّه إلى أكثر من ٣٠٠ مليون ناطق بهذه اللغة.

وتسعى هذه المنطقة إلى جملة من الأهداف هي:

١- توفير محتوى محلي للشركات الأجنبية الأخرى العاملة في المجال الإعلامي ومنها: «سي إن إن»، و«بي بي سي»، و«مؤسسة تومسون رويتر»، و«هاربر كولينز»، و«استوديوات روتانا»، و«فاينشال تايمز»، و«شركة أبوظبي للإعلام»، و«سي سكاي بيكتشرز»، استوديو أفلام كويتي.



٢- تشجيع وتدريب المواهب هو أحد الأهداف الرئيسية للمدينة الإعلامية، وذلك بهدف تقديم خدمة مميزة إلى ٣٠٠ مليون مشاهد ومستمع وقارىء عربي، يفتقد وجود محتوى يخاطب منطقته، التي يماثل تعداد سكانها عدد سكان القارة الأوروبية، مع فارق أن نسبة الشباب تحت سن ٢٥ تمثل ٦٠ بالمئة من عدد السكان في المنطقة العربية.

٣- وستقدم منطقة أبوظبي الحرة للإعلام التسهيلات اللازمة في مجال الإنتاج وخدمات ما بعد الإنتاج، أجهزة المونتاج، واستوديوهات صوت مجهزة. وستمول المنطقة أيضاً المشروعات الإعلامية الجديدة. كما سيقوم الناشرون بالمنطقة الإعلامية بالتركيز على تنمية المحتوى الخاص بالصحافة المطبوعة والإلكترونية المقدم للمنطقة العربية. ولهذا فإن المؤسسات الإعلامية التي ترتبط بشراكة مع منطقة أبوظبي الحرة للإعلام سيكون لها دور ثنائي: صناعة المحتوى، وتدريب المواهب في منطقة الشرق الأوسط.

الدعائم الاربعة لـ تو فور- ٥٤

وتقوم توفور- ٥٤ على أربع دعائم هي: «التدريب» و«الابتكار» و«الإنتاج» و«التواصل» وكلها داخل بيئة متكاملة على طراز الحرم الجامعي اختارت موقعا مساحته ٢٠٠ ألف متر مربع على واجهة البحر ليكون موقعها الدائم، وتتوقع وصول عدد العاملين فيها الى نحو ٢٠٠ موظف بنهاية الربع الاول من عام ٢٠٠٩ وهي ليست مجمّع مكاتب، إنما هي بيئة للابتكار ومركز للامتياز يمكن فيه لصناعة إنشاء المحتوى الموجه لقطاعات الإعلام والترفيه أن تنمو وتزدهر. وتشجع التعاون والشراكات الخلاقة بين الشركات العاملة فيها وفق ما يلي :

١- توفور- ٥٤ تدريب: يوتتع لها ان تكون بمثابة أكاديمية التدريب المهني الأولى في المنطقة والتي تستهدف الشباب العرب والخريجين الساعين للعمل في



قطاع الإعلام، بالإضافة إلى تزويد العاملين الحاليين في مجالي الإعلام والترفيه بفرص لتطوير مهاراتهم وصقلها وإعادة تشكيلها من خلال مجموعة ممتدة وشاملة من مناهج الإعلام والمحتوى.

٢- تو فور- ٥٤ ابتكار: تعمل على تقديم الدعم الإبداعي والتمويل للشركات المحلية الجديدة والأفكار المبتكرة الواعدة في مجالات الطباعة والإنترنت والتقنية النقالة والتلفزيون في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. وهذا التمويل لن يوفر دعماً مالياً فقط، ولكنه سيقدم أيضاً نصائح عملية ومعلومات من خبراء الصناعة والمتخصصين لتوجيه المبادرات ومساعدتها على إحراز النجاح في أعمالها.

٣- تو فور- ٥٤ انتاج: تركز على توفير أحدث تجهيزات مرحلتي الإنتاج وما بعد الإنتاج، وإدارة أصول الإعلام وخدمات البث والدعم التقني التي ستستخدم ضمن نطاق تو فور- ٥٤ وهي ستمدّ الشركات بكل تقنيات الاتصالات الحديثة اللازمة، بما فيها خدمات نقل البث الإذاعي والتلفزيوني من محطة البث إلى الشبكات التي ستدفعها للمتلقّين، وخدمات البث إلى الأقمار الصناعية والتنزيل منها.

٤- تو فور- ٥٤ تواصل: تمثل نقطة تواصل مركزية واحدة لدعم عمليات تأسيس شركات إنشاء المحتوى أو إعادة تمركزها، بما يسهل على الشركات المحلية والإقليمية والدولية الانتقال إلى تو فور- ٥٤.

شركاء مبادرة تو فور- ٥٤

مبادرة أبوظبي اجتذبت عدداً من أكبر شركات تطوير المحتوى ذات النفوذ العالمي الواسع، مثل سي إن إن، وبي بي سي، ومؤسسة تومسون، وراندم هاوس، وهاربر كولينز، واستوديوهات روتانا، وفايننشال تايمز، وشركة أبوظبي للإعلام، وسي سكاي بيكتشرز وتومسون رويترز. ومن الشركاء الذين أعلنوا الانضمام إلى تو فور- ٥٤:

١) شبكة سي إن إن التي ستقوم ببث إخباري حيّ يومياً من مركز جديد للبث والإنتاج في تو فور- ٥٤ من المقرّر افتتاحه مطلع العام ٢٠٠٩ ليكون رابع مركز لها في العالم.

٢) بي بي سي التي ستقدم برامج تدريب مهني دولية تستند إلى مواقف من الحياة العملية بالعربية، بشكل حصري لـ «تو فور- ٥٤». وهذه هي المرة الأولى التي تدخل فيها بي بي سي هذا النوع من الشراكات

٣) مؤسسة طومسون رويترز Thomson Reuters Foundation التي ستنظم ورش عمل مهنية في موضوعات مثل كتابة الأخبار الدولية والصحافة الرياضية والصحافة المصورة وتغطية الأخبار التلفزيونية وكتابة أخبار الأعمال.

٤) مؤسسة طومسون Thomson Foundation التي ستقدّم دورات تدريبية مفصلة وخاصة وزيارات دراسية تغطي كافة جوانب الصحافة الإذاعية والتلفزيونية والشبكية، بدءاً من إعداد التقارير والإنتاج وحتى التنظيمات الإعلامية.

٥) شركة أبوظبي للإعلام ADMC التي ستنتقل إلى «تو فور- ٥٤» في المرحلة الثانية للاستفادة من مجاورة شركات الإعلام العالمية ومن فرصة الاطلاع على المعايير الدولية المتبعة في التدريب والقدرة على الوصول إلى تجمّع ضخم للكفاءات الإعلامية الماهرة.

٦) شركة إميجنيشن «Imagination» التي أسستها شركة أبوظبي للإعلام لإعداد أفلام طويلة ومحتوى رقمي موجه للعالم العربي، وهي عضو مؤسس في «تو فور- ٥٤». ومن مبادرات إميجنيشن إنشاء شركة أفلام ناشيونال جيوغرافيك التي ستنتج برامج عربية عن المنطقة.

٧) راندم هاوس Random House التي ستنشئ داراً للنشر العربي تبتكر مواداً حديثة وتكيّف بعض محتواها الموجود بالفعل بما يلائم المنطقة، في الوقت الذي تستثمر فيه إعداد وصقل مؤلفين عرب ناجحين.



٨) استديوهات روتانا Rotana Studios التي تخطط لتطوير وإنتاج ومشاركة مع المنطقة الإعلامية في إنتاج مشاريع نابعة من منطقة الخليج العربي.

٩) فايننشال تايمز Financial Times التي أطلقت طبعة للشرق الأوسط من الإمارات العربية المتحدة في أبريل ٢٠٠٨ وسوف تنقل عمليات هذه الطبعة الإقليمية إلى «تو فور- ٥٤».

١٠) هاربر كولينز Harper Collins التي ستطرح سلسلتها الرائجة التي حققت أعلى المبيعات: «خطة القراءة، القطة الكبيرة» Reading Scheme, Big Cat وهي مبادرة قراءة إرشادية للأطفال تم تعريبها وإعدادها للسوق العربية، كما تعد مجموعة جديدة تماماً من القواميس العربية إلى اللغات الإنجليزية والفرنسية والهندية، وهو ما يرقى لتقديم ما يمكن اعتباره «العربية الملائمة للقرن الحادي والعشرين».

١١) سي سكاي بيكتشرز «Cskypictures» الشركة الرائدة في إنتاج الأفلام من الكويت، والتي تشتهر بأفلامها الوثائقية الحائزة على العديد من الجوائز والتي تدور حول الغزو العراقي للكويت وأحداث ١١ سبتمبر، وستتخذ من «تو فور- ٥٤» مقراً لعملياتها الجديدة.

١٢) كوميدي العربية Comedy Arabia التي ستؤسس مقرّاً في «تو فور- ٥٤» من فرقة «Access of Evil» الكوميدية. وتهدف هذه المبادرة الجديدة لتشجيع أبطال الكوميديا العربية الناشئين واكتشاف المواهب الدفينة في العالم العربي من خلال بوابة تفاعلية على الانترنت.

١٣) فلاش «Flash» وهي شركة لتنظيم وإنتاج الفعاليات الفنية والترفيهية والمناسبات المختلفة وتقف وراء مجموعة من الأحداث العالمية الناجحة في أبوظبي التي تصدرت عناوين الصحف، ومن بينها حفلات جاستن تمبرلايك وبون جوفي وإلتون جون. وسوف تؤسس فلاش مكتبها الرئيسي في «تو فور- ٥٤».



قواعد تأسيس المنطقة الحرة للإعلام في أبوظبي

تأسست المنطقة الحرة للإعلام في أبوظبي بموجب القانون الرئاسي رقم ١٢ لسنة ٢٠٠٧ القاضي بتعيين هيئة المدن الإعلامية الحرة بأبوظبي وهيئة تسمى المدينة الإعلامية، أبوظبي، وهما تخضعان لرقابة المجلس التنفيذي أو أي جهة تنظيمية أو رقابية أخرى يحددها المجلس، وحظر القانون ممارسة أي نشاط في المنطقة بدون ترخيص من الهيئة.

وتشمل اختصاصات هيئة المدينة الإعلامية في أبوظبي جميع التطبيقات والعمليات والمواد والبرامج والمنتجات وطرق المعالجة، والخبرات التي تستخدم في مجال إنتاج ونقل وتوزيع وبث وإرسال المعلومات المقروءة والرقمية والمسموعة والمرئية، وتشمل دون حصر: البث الإذاعي والتلفزيوني الأرضي والفضائي، والإنتاج التلفزيوني أو المسموع أو المقروء، وما قد يستجد من تكنولوجيا في هذا المجال.

أما مؤسسات المنطقة الحرة فهي تشمل الأشخاص الاعتبارين المرخص لهم بالعمل في المنطقة الحرة بموجب القانون والأنظمة واللوائح والقرارات الصادرة تنفيذاً له، وتشمل الشركات التجارية التي تؤسس في المنطقة الحرة أو تنشى لها فروعاً لها.

وفي أبريل ٢٠٠٧ صدر قرار تكميلي من قبل الفريق أول سمو الشيخ محمد بن زايد، نائب القائد الأعلى للقوات المسلحة رئيس المجلس التنفيذي، قضى بتشكيل لجنة تأسيس منطقة أبوظبي الحرة للإعلام، وهي تختص بحسب القرار بإعداد الخطة الرئيسية والقواعد والترتيبات الخاصة بتأسيس منطقة أبوظبي للإعلام، واقتراح مشروع قانون تأسيسها والأنظمة واللوائح المنفذة لها فضلا عن الإشراف على كافة خطوات تأسيسها وتقديم تقارير دورية بأنشطة التأسيس إلى الأمانة العامة للمجلس التنفيذي[٦٢] .



أوجه اختصاصات هيئة المنطقة الحرة للإعلام في أبوظبي

تشمل اختصاصات هيئة المنطقة الحرة للإعلام في أبوظبي ستة مهام رئيسية كما حددها قانون التأسيس فيما يلي:

١) توفير البنية التحتية للمنطقة الحرة للإعلام في أبوظبي بما يشمل المباني وخدمات الإدارة المختلفة.

٢) ترخيص مؤسسات المنطقة الحرة للإعلام في أبوظبي من مؤسسات وشركات وأشخاص اعتباريين، خارج النطاق الجغرافي للمنطقة الحرة.

٣) تنظيم الأعمال والأنشطة داخل المنطقة الحرة وتحديد وفرض واستيفاء الرسوم مقابل ما تقدمه من خدمات، ومراقبة وتفتيش انشطة مؤسسات المنطقة الحرة.

٤) إجراء البحوث وتقديم الاستشارات للحكومة فيما يتعلق بتنظيم وتشجيع الإعلام والبحوث العلمية.

٥) وضع الضوابط والاستراتيجيات التي تكفل تطبيق وتفعيل القوانين التي تهدف إلى حماية حقوق الملكية الفكرية وحماية قواعد البيانات والمعلومات.

٦) تقديم الخدمات الإدارية واللوجتسية أو الفنية للمؤسسات والمشاريع والشركات التي تزاول أعمالها في المنطقة الحرة بكافة أنواعها ومراقبة وتفتيش أنشطة مؤسسات المنطقة الحرة.

مجالات عمل المنطقة الإعلامية الحرة في أبوظبي

وفق المادة السادسة، حدد قانون هيئة المدينة الإعلامية الحرة في أبوظبي[٦٣] عشر أنشطة مجالات عمل واضحة تشمل :

١) إعداد وتصميم وتطوير واستخدام وصيانة المواد والبرامج وقواعد البيانات المتعلقة بالإعلام.

٢) أعمال التجارة الالكترونية المرتبطة بالإعلام، والصناعات المرتبطة بها.

٣) خدمات الإعلام والإذاعة والبث الصوتي والمرئي، ومحطات التلفزيون وإصدار ونشر وتوزيع الصحف والمجلات والكتب.

٤) تصنيع المواد التي تستخدم في إعداد أو تغليف أو إنتاج أو توزيع المواد الإعلامية.

٥) تقديم خدمات الإعلام عبر الانترنت، أو من خلال أية وسيلة من وسائل التكنولوجيا.

٦) خدمات الدعاية والإعلان.

٧) استيراد وتخزين وتصدير الأجهزة والمواد والبرامج والمنتجات المستعملة في الإعلام والدعاية.

٨) خدمات التخزين والإمداد والتوزيع، وإعادة التوزيع اللازمة لممارسة النشاطات المسموح بها في المنطقة الحرة.

٩) النشاطات التجارية اللازمة لتقديم الخدمات للمقيمين والعاملين والزوار في المنطقة الحرة.

١٠) المساهمة في إعداد الدراسات والبحوث والاختبارات، وتطوير منتجات الإعلام.

خصائص ومميزات المنطقة الإعلامية الحرة في أبوظبي

فضلا عن وقوعها في عاصمة دولة الإمارات العربية المتحدة كواجهة سياسية واقتصادية ضخمة وكأكبر مستثمر في المناطق الحرة في الدولة، فإن أهم ما يميز عمل المدينة الإعلامية في أبوظبي هو التزاوج الثقافي والإعلامي، مما يجعل من أبوظبي مشروعا ثقافيا عالميا. فقد واكب الإعلان عن قيام المدينة قيام هيئة أبوظبي للثقافة والتراث التي يتكامل عملها مع المدينة الإعلامية الحرة. ويمكن متابعة مجموعة الخصائص الإعلامية والثقافية التي تتمتع بها أبوظبي فيما يلي:

١) واكب ذلك البدء في بناء جزيرة السعديات كواحدة من أكبر الواجهات الثقافية والترفيهية في العالم وهي ستضم بعد اكتمالها خمس مؤسسات ثقافية رئيسية تضم متحف غوغنهايم أبوظبي للفن المعاصر، ومتحف اللوفر أبوظبي ودار المسارح والفنون، والمتحف البحري، ومتحف الشيخ زايد الوطني، ومنتزه البينالي، وأكاديمية الدراسات العليا في الفنون الجميلة وغيرها.

٢) لتعزيز عمل المدينة الإعلامية الحرة تعمل إمارة أبوظبي عبر شركة مبادلة على إطلاق قمرها الصناعي «ياه سات» على مرحلتين، الأولى في النصف الثاني من العام ٢٠١٠، والثانية خلال العام ٢٠١١، وهو سيوفر خدمات الاتصالات الهاتفية فائقة الجودة، وخدمات الإنترنت السريع، والشبكات، والبث التلفزيوني الفضائي، وستغطي منطقة جغرافية واسعة في آن واحد، وسوف يركز في تغطيته على مناطق إفريقيا وشبه القارة الهندية إضافة إلى منطقة الخليج العربي، كما سيتمكن من النقل مباشرة من أوروبا إلى هذه المناطق دون الحاجة إلى قمر صناعي آخر يربط بينهما، كما هو الحال اليوم ما سيمكن من استقطاب العديد من الاستثمارات الإعلامية العربية والأجنبية.

٣) قاد تأسيس المدينة الإعلامية في أبوظبي إلى قيام شبكة سي ان ان CNN بتوسيع أعمالها بدولة الإمارات العربية المتحدة، إذ أعلنت في ديسمبر ٢٠٠٧ عن افتتاح مقرها الإقليمي في أبوظبي وهو مجهز بشكل كامل لكافة عمليات الإنتاج والبث.

٤) اتفقت حكومة أبوظبي، عبر شركة الدار العقارية وشركة أبوظبي للإعلام، مع شركة ورنر بروس Warner Bros، وهي واحدة من أكبر شركات هوليوود المتخصصة في الترفيه والإنتاج السينمائي والتلفزيوني، باستثمار حجمه مليار دولار تدفع مناصفة. وستنتج ورنر بروس أفلاماً بالانجليزية والعربية

وألعاب فيديو تتولى توزيعها عالمياً فضلا عن إشرافها على إقامة الاستوديوهات وقاعات السينما في إمارة أبوظبي.

٥) جذب الواقع الإعلامي والثقافي الجديد أكاديمية نيويورك للسينما The New York Film Academy لتأسيس فرع لها في أبوظبي بالتعاون بين هيئة أبوظبي للثقافة والتراث، وهي تعد واحدة من أكبر مدارس السينما في العالم فضلا عن كونها مركزاً دولياً مرموقا للتدريب السينمائي.

٦) واكب الانفتاح الإعلامي والتوجه نحو دعم صناعة السينما وتشجيعها ونقلها إلى أبوظبي وإضافة السينما إلى قائمة أولويات أبوظبي، تنظيم مهرجان الشرق الأوسط السينمائي الدولي والذي عقدت له دورتان حتى كتابة هذه السطور. ويستضيف المهرجان مؤتمر تمويل الأفلام الذي أصبح مؤتمراً سنوياً هاماً يعنى بقضايا الإنتاج العالمي المشترك.

٧) التوسع في مجال صناعة الترفيه ونقل الخبرات في هذا المجال قاد شركة أبوظبي للإعلام إلى تأسيس مشروع مشترك يهدف إلى إطلاق سلسلة من خدمات الترفيه الرقمية تحت العلامة التجارية، غيتمو GETMO كشركة مملوكة مناصفةً وتتخذ من أبوظبي مقراً لها، وتهدف إلى الاستفادة من أرشيف المحتوى المحلي الضخم لـ «شركة أبوظبي للإعلام»، وأرشيف المحتوى العالمي لشركة «أميس»، ومنصة «غيتمو» الموحدة للتوزيع الرقمي للموسيقى والأفلام والألعاب والترفيه التثقيفي والتي يمكن الاستمتاع بها في أي وقت عبر مختلف الأجهزة ابتداءً من أجهزة الهواتف المتحركة وحتى الكمبيوترات الشخصية المرتبطة بالإنترنت السريعة، بالإضافة إلى أجهزة الربط والاستقبال [٦٤].

٨) في سبتمبر ٢٠٠٨ أعلنت شركة أبوظبي للإعلام عن تأسيس شركة مهمتها تطوير وتمويل وإنتاج المواد الإعلامية الموجهة للأسواق العالمية وتلك الناطقة باللغة العربية. وتنوي الشركة الجديدة التي تحمل اسم



إيمجنشن Imagination وتتخذ من أبوظبي مقرا لها، إنفاق مليار دولارأميركي على مدى الأعوام الخمسة المقبلة، لتمويل إنتاج أفلام سينمائية روائية طويلة ومواد إعلامية رقمية. وستبرم الشركة عقود شراكة مع أشهر شركات الإنتاج السينمائي الأميركية والعالمية بهدف تطوير وإنتاج مواد سينمائية وإعلامية متميزة وتوزيعها في الأسواق العالمية، وستشمل أنشطة الشركة أيضاً دعم منتجي وصانعي الأفلام السينمائية في الشرق الأوسط والعالم العربي.

٩) اطلقت شركة أبوظبي للإعلام شركة «لايف LIFE» لتوفير خدمات البث المباشر الخارجي باستخدام التقنيات عالية الدقة وضمان أعلى جودة ممكنة لعمليات البث الخارجي، كما قامت بتوفير وحدات إنتاج جديدة لشركة «المتحدة للطباعة والنشر» التابعة لأبوظبي للإعلام.

١٠) احدثت شركة أبوظبي للإعلام اعتبارا من أول اكتوبر ٢٠٠٨ تغييرا كبيرا في قطاع البث التلفزيوني ببث مجموعة قنوات تلفزيون أبوظبي وشقيقتيها قناة الإمارات وأبوظبي الرياضية بحلة جديدة وشعارات جديدة وإطلالة مختلفة للنشرات الإخبارية والبرامج الترفيهية.

ثالثا : مدينة رأس الخيمة الإعلامية

أنشئت مدينة رأس الخيمة الحرة للإعلام والسينما Ras Al Khaimah Media Free Zone and Film City في ٣ يناير ٢٠٠٦ بواسطة منطقة رأس الخيمة للتجارة الحرة Ras Al Khaimah Free Trade Zone التي تعمل تحت مظلة هيئة رأس الخيمة للاستثمار التابعة لحكومة رأس الخيمة. وقد منحت هيئة رأس الخيمة للاستثمار لشركة سنشري الإعلامية الدولية The Century Media Networks Incorporated حق تنفيذ المدينة الإعلامية كما منحت شركة ميراج الأمريكية Mirage Holdings Freezone Company حق تنفيذ وتشغيل وإدارة مدينة الإنتاج السينمائي.

وفي إطار وضع المشروع الإعلامي لإمارة رأس الخيمة موضع التنفيذ، فقد أطلقت الإمارة قناتين فضائيتين في ١٩ يناير ٢٠٠٣ واحدة باسم قناة رأس الخيمة الفضائية، وهي قناة عامة، والثانية باسم جلفار وهي معنية بالبرامج التعليمية مع العمل بأنهما تعملان خارج نطاق المنطقة الحرة.

وحتى كتابة هذه الدراسة، يعمل مشروع مدينة رأس الخيمة الحرة للإعلام والسينما من مكتب محدود يقع في منطقة الحمراء برأس الخيمة وهو بحاجة إلى ما بين ١٢ إلى ١٥ شهرا للاكتمال. وحتى كتابة هذا النص، لم تمنح بعد مساحات للمكاتب والاستوديوهات، ومع ذلك فقد منحت المدينة تراخيص لخمس قنوات تلفزيونية وعشرين جهة متخصصة في النشر وعدد من مكاتب التصميم ووكالات للإعلان ومنظمي المناسبات، وجهات متخصصة في تكنولوجيات المعلومات [٦٥].

أهداف المدينة الإعلامية في رأس الخيمة

تستفيد المدينة الإعلامية في رأس الخيمة من الميزات التي تتمتع بها منطقة رأس الخيمة للتجارة الحرة كواحدة من أسرع المناطق الحرة نموا في دولة الإمارات العربية المتحدة. وهي تهدف إلى تحقيق عدد من الأهداف منها:

١) دعم أهداف حكومة رأس الخيمة في تسويق الموقع المتميز للإمارة وفتح المجال أمام مؤسسات الإنتاج السينمائي العالمية للاستفادة من هذه الإمكانيات.

٢) جذب المؤسسات والكوادر الإعلامية من جميع أنحاء العالم للعمل في الإمارة بما يعود بالنفع على الاقتصاد الوطني.

٣) تأسيس بنية تحتية لاستضافة المؤسسات الإعلامية ومحطات التليفزيون واستوديوهات إنتاج السمعيات والمرئيات.



٤) أن تتواكب المدينة الإعلامية مع مميزات الاستثمار في المنطقة الحرة بما يمكن المستثمرين من إنشاء المؤسسات الإعلامية الخاصة مثل الاستوديوهات والمطابع والوكالات الإعلانية والصحف.

مجالات عمل مدينة رأس الخيمة الحرة للإعلام

تتشابه مجالات عمل مدينة رأس الخيمة الحرة للإعلام مع تلك المعلنة من قبل مدينة دبي للإعلام، وهي تشمل:

١) النشر للصحافة الورقية والمجلات، والكتب والمواد الإعلانية والترويجية، والنشر الالكتروني.

٢) خدمات البث الإذاعي والتلفزيوني والخدمات الإنتاجية المصاحبة له وخدمات البث الأرضي والفضائي وخدمات إعادة البث.

٣) إنتاج وتوزيع الأفلام السينمائية وخدمات التصوير السينمائي وترخيص مواقع التصوير.

٤) خدمات الترويج والتسويق الإعلامي والإعلان ووكالات العلاقات العامة والاتصال، وإدارة حقوق الملكية الفكرية، والبيع والشراء والتمثيل الإعلامي، وخدمات هوية الشركات.

٥) خدمات وكالات المعلومات ومنها خدمات وكالات الأنباء، وخدمات البحوث والدراسات الإعلامية وخدمات المعلومات.

٦) إنتاج الموسيقى والترفيه: بما في ذلك إنتاج التسجيلات الموسيقية وإدارة حقوق الملكية الترويج للأعمال الموسيقية، وإدارة المناسبات، وإدارة حدائق الألعاب والترفيه الحي، والفنون المسرحية والرقص.

٧) خدمات الإعلام الجديد، مثل تصميم وإدارة مواقع الانترنت تقديم الخدمات التفاعلية والبثّ على شبكة الإنترنت، وتطوير برمجيات الإعلام الجديد والوسائط المتعددة وألعاب الفيديو.



٨) خدمات الدعم الإعلامي: التي تشمل تقديم خدمات وأجهزة الأقمار الصناعية، وخدمات الهاتف النقال، وخدمات تأجير المعدات والأجهزة الإعلامية للإنتاج، وخدمات الأرشفة والتوزيع.

٩) الخدمات الاستشارية: خدمات الاستشارة القانونية، وخدمات مراجعة الحسابات والمحاسبة والموارد البشرية، والتسويق، وإدارة المشاريع.

مكونات مدينة رأس الخيمة الحرة للإعلام

العنصر الأساسي في منظومة مدينة رأس الخيمة الإعلامية، يطلق عليه «راك للتنمية الإعلامية» Rak Media Development كما تضم منطقة الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني في مدينة رأس الخيمة الحرة للإعلام يطلق عليها غلاكسي Galaxy وهي التي تمنح القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية وجهات الإنتاج المرتبطة بها والتراخيص اللازمة لبث ونقل الإشارات التلفزيونية والإذاعية للأقمار الاصطناعية وتوفر لها نظاما كاملا لخدمات الأقمار الاصطناعية Uplink services بجانب الاستوديوهات ومساحات المكاتب. كما تضم منظومة مدينة رأس الخيمة الإعلامية منطقة التكنولوجيا Ras Al Khaimah IT Park وهي تهدف إلى جذب شركات تكنولوجيا المعلومات من مختلف أنحاء العالم على غرار مدينة دبي للانترنت.

وتضم المدينة بشكل رئيسي المنطقة السينمائية Rak Film City ، وهي معنية بشكل أساسي باستقطاب الإنتاج السينمائي العالمي، والعربي، والهندي. وقد وقعت شركة ميراج الأمريكية Mirage Holdings FZCO المتخصصة في الإنتاج السينمائي [٦٦] ومعها شركة أخرى هي مانيكس المتخصصة في المؤثرات البصرية والسمعية Manex Entertainment Inc، اتفاقا مع هيئة رأس الخيمة للمناطق الحرة بمليار دولار لإنشاء مجمع استوديوهات ميراج The Mirage Studio complex وهي تقع في الجزيرة الحمراء على مساحة ٤٨٠ هكتارا إلى جوار شارع الإمارات، وتشتمل على استوديوهات سينمائية ومركز ترفيهي وفلل سكنية وسوق ومكاتب للإيجار ومتحف للأفلام السينمائية العالمية ومعهد سينمائي إلى جانب ملعب للغولف والبولو.

ويطمح مشروع مدينة الإنتاج السينمائي إلى استقطاب المستثمرين في مجال الإنتاج السينمائي لكي يساهموا في تنفيذ المشاريع السينمائية. وقد تم بالفعل تصوير أجزاء من ثلاثة أفلام هي فيلم بعنوان ٣٦ China Town وآخر بعنوان Lakshmi والثالث بعنوان Deewane Hue Pagal وجميعها من الهند[٦٧].

مميزات مدينة رأس الخيمة الحرة للإعلام

تستفيد مدينة رأس الخيمة الحرة للإعلام من ميزات منطقة رأس الخيمة للتجارة الحرة التي تبدأ بتوافر بيئة عمل منخفضة التكلفة نسبياً، تتركز بشكل رئيس في الكلفة المنخفضة للعقارات والأراضي وتوافر المنافذ السهلة نحو الأسواق الرئيسية الهامة بالإضافة إلى مجموعة من الميزات التي تشمل :

١) خلو مدينة رأس الخيمة الحرة للإعلام من ضريبة الشركات وضريبة الإيرادات.

٢) يتمتع المستثمرون بملكية كاملة في المناطق الحرة، بدون قيود على ترحيل رأس المال وبدون رقابة على العملات الأجنبية وعدم وجود عوائق تجارية مختلفة.

٣) توفر الموانئ البحرية القادرة على التعامل مع الحمولات المختلفة من الحاويات والشحنات، مع توافر البنية التحتية للشحنات البرية والجوية والبحرية.

٤) سهولة الوصول للأسواق الإقليمية مثل عُمان، إيران، السعودية، قطر وغيرها من دول مجلس التعاون الخليجي.

رابعا : مدينة الفجيرة للإعلام

تتبع مدينة الفجيرة للإعلام Fujairah Media لحكومة الفجيرة، ويطلق عليها مدينة الإبداع Creativity City ، وهي عبارة عن تجمع للمبدعين في مجال الإعلام. وقد

تأسست بموجب مرسوم أميري، وتم الإعلان عنها في٢٩ نوفمبر ٢٠٠٥ كمشروع إعلامي وإبداعي تسعى حكومة الفجيرة من خلاله إلى إحداث قفزة نوعية في قطاع الإعلام المرئي والمسموع والمقروء في الإمارة.

وتقع مدينة الإبداع بجانب الطريق السريع بين الفجيرة ودبي، وتبعد مسافة ٤٠ دقيقة بالسيارة عن دبي عند الانتهاء من إنشاء هذا الطريق، وهي مدينة متكاملة تختص بالبث التلفزيوني والإذاعي والطباعة والنشر وتتضمن أيضا استوديوهات عدة. وتشكل المدينة مشروعاً متكاملاً وإضافة جديدة للتجمعات الإعلامية الموجودة في المنطقة لما تقدمه من خدمات لجميع الأفراد وشركات الإعلان والشركات المتخصصة في العديد من المجالات مثل توافر برامج التدريب والإنتاج الإعلامي والخدمات والتقنيات الإعلامية.

تعمل مدينة الإبداع على استقطاب المهنيين والشركات ضمن مشروع مشترك ما يزال تحت التأسيس، بين مؤسسة الفجيرة للاستثمار Fujairah Investment [٦٨] الذراع الاستثماري لحكومة الفجيرة، تحت إشراف هيئة الفجيرة للثقافة والإعلام Fujairah Culture and Media Authority FCMA وشركة عرب الدولية للخدمات الإعلامية Arab International Media Services AIMS [٦٩].

أهداف الفجيرة للإعلام

أطلقت مدينة الفجيرة للإعلام لكي تكون منطقة جذب إعلامي حرة قادرة على الاستثمار في المجال الإعلامي، وهي تسعى لتعزيز موقع إمارة الفجيرة الإستراتيجي الذي يعد نافذة شرقية لدولة الإمارات على البحار المفتوحة كخليج عُمان والمحيط الهندي، وتشمل الأهداف ما يلي :

١) تعزيز الاهتمام العالمي بالإمارات وتنمية قطاع الاستثمارات الأجنبية المباشرة فيها.



٢) تأسيس وإطلاق المحطات التلفزيونية.

٣) تأسيس بنية تحتية للاستوديوهات الخاصة بإنتاج الدراما العربية والمحلية.

٤) خلق آلية لترخيص المجلات والوسائل الإعلامية.

٥) تشجيع إقامة المهرجانات الإعلامية والثقافية [٧٠].

مكونات الفجيرة للإعلام

تمتلك وتدير الفجيرة للإعلام العديد من القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية والصحف والمجلات، بالإضافة إلى مجموعة من الخدمات الإعلامية الأخرى التي تتضمن مدينة الإبداع التي لم يكتمل بناؤها بعد، ولكنها بدأت في تقديم التراخيص المختلفة ضمن خطة المرحلة الأولى Phase 1 التي تشمل تراخيص البث التلفزيوني كما تقدم خدمات التشغيل Play out والنقل Up linking على عربسات ونايلسات، وهي توفر ضمن هذه الخطة مساحات مكتبية محدودة في برج الفجيرة الذي يقع وسط المدينة بمساحة إجمالية قدرها ٥٠ ألف قدم وقيد الإنشاء يتم توفير ١٧٠٠ ألف قدم مربع كمكاتب للشركات في سبع مساحات[٧١] سنقف عندها لاحقا.

مشاريع الفجيرة للإعلام

شملت أولى مشاريع الفجيرة للإعلام التي قمت بحصرها حتى كتابة هذه الدراسة، إذاعة الفجيرة FM 92.b لتقديم البرامج الموسيقية ونشرات الأخبار الداخلية والنشرات الإخبارية العربية والعالمية بشكل مباشر من راديو مونتي كارلو الشرق الأوسط وإذاعة الشمس من فرنسا، بجانب راديو كوست Coast ١٠٣ر٢ ، وراديو سبايس Spice ١٠٥ر٤ والأخيرتين متخصصتين في الموسيقى، ويتم البث باللغات العربية والإنكليزية والآسيوية.



كذلك شملت المشروعات الأولى مجموعة من القنوات التلفزيونية بعضها محلي التوجه مثل قناة دنيا Dunia TV ، المحطة التلفزيونية الفضائية العامة. وبعضها خارجي يتبع لمشروعات خاصة، مثل قناة زول Zoal TV التي تستهدف السودان وتشاد والصومال وأرتيريا وإثيوبيا، وقناة عز Eez TV التي تهتم بالخيل والصقور، وقناة مارينا Marina المتخصصة بالحياة البحرية واليخوت والقوارب، وقناة سمارتس واي Smarts way وقناة شاعر الرسول، وتلفزيون مانغو Mango TV وتلفزيون بتروغاز Petrogas TV وقناة عرب Arab TV وتلفزيون المشرق Orient TV [٧٢].

المنظومة الكاملة للفجيرة للإعلام

بحسب كتاب الحقائق الأساسية حول مدينة الإبداع ومشروعاتها، تشمل المنظومة الكاملة لمدينة الإبداع [٧٣] مجموعة مناطق تتخصص كل واحدة في عمل إعلامي، هي :

منطقة A: مخصصة للاستوديوهات التلفزيونية بمساحة ٣ آلاف متر مربع لتصوير البرامج والمسلسلات. ويطلق عليها المنطقة السمعية البصرية: Audio Visual وهي معنية أساسا بالإنتاج والبث الإذاعي والتلفزيوني وذلك من خلال تقديم تراخيص البث وتوفير مساحات المكاتب والاستوديوهات في مساحة قدرها خمسة آلاف متر مربع. كما توفر المنطقة السمعية البصرية عمليات الإنتاج والبث بواسطة الأجهزة التكنولوجية الأساسية، وهي تشمل أيضا الجوانب الخاصة بدعم الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني مثل أنشطة الإعلان والترويج والعلاقات العامة.

منطقة B: وهي تشمل منصة جبلكم Jabalcom المتخصصة في توفير خدمات البث والربط مع الأقمار الصناعية Uplink services حيث يتم الإرسال الأرضي من منصة جبلكوم من خلال مركز للإرسال تم تطويره في أعلى قمم الفجيرة وهي جبال الرفيصة التي تعد واحدة من أعلى الجبال في الإمارات. كذلك توفر جبلكوم خدمات البث المرئي الرقمي الأرضي DVB-H على أجهزة الهواتف النقالة الجديدة في كافة أرجاء الإمارات.



منطقة C: منطقة النشر Publishing تتخصص في إنتاج جميع أنواع المطبوعات من الصحف والمجلات والكتب وتوفر بيئة كاملة لعمل المطابع وهي تقدم تراخيص إنتاج المطبوعات الصحفية، ولا تتوفر إمكانية طباعة الصحف [٧٤] ، ولكنها تشمل مطابع قيد الإنشاء، ضمنها مطبعة للصحف والمجلات بكل الأحجام.

منطقة D : منطقة السينما Cinema : إن واحدة من مهام مدينة الإبداع الرئيسية هي خلق آلية التعاون مع صناع السينما من أجل تبادل الخبرات والمهارات، وسيكون هذا الجانب مكرساً بشكل رئيسي لأفلام الكارتون D3 Cartoons والأفلام القصيرة بأفضل التكنولوجيات المتوفرة في هذا المجال، فضلا عن إقامة مهرجان سنوي للسينما لعرض أفضل الأفلام التي عرضت في القرن الماضي. وهي مخصصة للقاعات السينمائية للعرض ومختبرات التصوير والتحميض والمؤثرات البصرية والسمعية.

منطقة E: منطقة الفنون المسرحية Theatrical Arts : الهدف من هذه المنطقة هو تطوير الفن المسرحي والإبداع الإنساني في الإقليم، وهذا يمكن تحقيقه بتوظيف المؤسسات المستقبلية في مجالات التمثيل والمسرح وكتابة النصوص، وتحتضن مختبرات مسرحية لتدريس المسرح وتحضير البروفات للعرض وإعداد الممثل والديكور والإنارة. وتحتضن الفجيرة أساسا مهرجان المينودراما العالمي السنوي تحت رعاية هيئة الفجيرة للثقافة والإعلام.

منطقة F: منطقة التكنولوجيا Technology : واحدة من أولى مهام الفجيرة للإبداع توفير بيئة الابتكار وتطوير الأفكار للأفراد وشركات تكنولوجيا الإعلام وخدمات الوسائط المتعددة والأنشطة المتعلقة بتطوير مواقع الانترنت والتكنولوجيات البصرية وبرمجيات الكومبيوتر والإعلام الرقمي. وهي مجهزة لتكنولوجيا المعلومات وتوفر مجموعة من المكاتب والمساحات للشركات المختصة، العالمية والمحلية.

منطقة G: منطقة التدريب Training: تهدف مدينة الإبداع لتوفير برامج التدريب الخاصة بالتصميم والنشر والصحافة والمسرح والتمثيل والغرافيك بالتنسيق مع أفضل مؤسسات التدريب الإعلام. وهي تضم مجموعة مختبرات التدريب وقاعات التدريس ضمن كلية الإبداع.

اخيرا منطقة الغرافيك والتصميم Graphic and Design وستقدم مدينة الإبداع كل التسهيلات المطلوبة لمصممي الأزياء والديكور فضلا عن التسهيلات المطلوبة لتصميم المواقع وفنون الغرافيك التي تخدم كافة قطاعات الإعلام.

عناصر تميز الفجيرة للإعلام

تقدم الفجيرة للإعلام عناصر تميزها في تقديم الخدمات الإعلامية الحرة فيما يلي :

١) منذ تأسيس منطقة حرّة للتجارة في الفجيرة عام ١٩٨٧، شهدت الحركة الاقتصادية والتجارية في الإمارة ازدهارا ملحوظا فأصبحت الشركات العاملة في المنطقة الحرة تعمل في تشكيلة واسعة من النشاطات الاقتصادية، بما فيها الاتصالات، والصناعة التحويلية يضاف إلى ذلك الإعلام كنشاط واعد.

٢) تمثل الفجيرة المنفذ الوحيد لدولة الإمارات على محيطات العالم، ويتوفر لها ميناء متعدد الاستخدامات لمناولة الحاويات وخدمات تموين السفن وصيانتها وإصلاحها، إلى جانب تزويد السفن بالوقود، كواحد من أبرز ثلاث محطات للتزود بالوقود على مستوى العالم.

٣) تشهد الفجيرة نمواً كبيراً كوجهة سياحية، وذلك بفضل ما تتمتع به من جمال طبيعي، وشواطئ نظيفة طويلة، وجبال، وهي تستقطب السائحين بما فيها من معالم تاريخية ومواقع أثرية.

٤) تتميز المنطقة الحرة في الفجيرة بسهولة إجراءات تأسيس الشركات بكلفة مناسبة.

الجزء الخامس

المدن الإعلامية الحرة في ظل النظام الإعلامي لدولة الإمارات

نعرض في هذا الجزء فكرة عامة عن الإطارين العام والقانوني اللذان يحكمان النظام الإعلامي في دولة الإمارات العربية المتحدة. كما نعرض مجموعة التغيرات التي حدثت في هذين الإطارين بالتزامن مع دخول الإمارات عصر الإعلام الجديد ونشوء منظومة المدن الإعلامية الحرة فيها.

أولا: عناصر تطور السمات العامة للإعلام الإماراتي

لقد كانت السمات العامة التي ميزت الإعلام العربي قبل دخوله عصر الفضائيات وظهور تجمعات المناطق الحرة، بجانب الإعلام الحكومي المسيطر على كل بلد عربي على حدة، كانت تتكون كما يرى محمد الزياني: «من مؤثرات ثلاثة تبدأ من الإعلام المصري التقليدي المتأثر بمرحلة جمال عبد الناصر والمد القومي فقد كان العرب يعتمدون عليه وعلى الإنتاج الفني المصري خاصة في مرحلة الحرب الأهلية اللبنانية ما بين ١٩٧٥ إلى ١٩٩٥. أما المؤثر الثاني فهو يتمثل في التمدد والنفوذ السعودي الهائل على مجموعة واسعة من المكونات الإعلامية التي تملكها السعودية، مثل شبكة أوربت وشبكة راديو وتلفزيون العرب، ومجموعة ام



بي سي وغيرها، يضاف إلى ذلك الإرث والخبرة اللبنانية كمؤثر ثالث، وهي خبرة تأثرت بمجموعة من العوامل التي صقلت الحياة اللبنانية وحررت المنتج الإعلامي ومنحته قدرة التأثير [٧٥]».

بعد ذلك شهدت المنطقة العربية تغيرا في مشهدها الإعلامي بدخول مؤثرات جديدة وبظهور قنوات إعلامية من خارج مناطق التأثير التقليدية. فقد استحوذت دولة الإمارات العربية المتحدة مبكراً، وقبل عدد كبير من الدول العربية، على أكبر قدر من نظم المعلوماتية، وكانت من أوائل الدول التي قامت بإرسال قنواتها التلفزيونية عبر الأقمار الصناعية، وفي أرضها تم تأسيس واحدة من أكبر المدن الإعلامية الحرة على المستوى الدولي. كما أن دولة الإمارات العربية المتحدة تحتل المركز رقم ٤٩ ضمن ٥ دول عربية جميعها خليجية في مؤشر التنمية البشرية المرتفع في مجال التكنولوجيا الذي يشمل أعداد خطوط الهاتف الرئيسية والهواتف الخلوية واستخدام الانترنت ضمن دليل التنمية البشرية لعام ٢٠٠٦ [٧٦].

ويرصد الدكتور محمد عايش أربعة تحولات رئيسية في مسيرة تطور النظام الإعلامي في دولة الإمارات، وهو ينقل وصفا لها بأنها الدولة الأكثر تشابكا The most wired في منظومتها الاتصالية والمعلوماتية في المنطقة، ويتجلى ذلك في:

١) **التحول من البساطة إلى التعقيد التكنولوجي:** إشارة إلى الدور الذي لعبته مدينة دبي للانترنت في نقل التكنولوجيا والدور الذي تلعبه مؤسسة الإمارات للاتصالات في هذا الصدد.

٢) **التحول من المحلية إلى العالمية:** بظهور القنوات الفضائية في أبو ظبي ودبي التي نقلت الواقع الإماراتي إلى العالم عبر الأقمار الصناعية فضلا عما تلعبه المواقع الالكترونية للصحف الإماراتية من وظيفة مشابهة.

٣) **التحول من التقييد إلى الانفتاح:** فقد شهد الإعلام الإماراتي نقلة نوعية مهمة في تناوله للقضايا المحلية والعربية والدولية باتجاه المزيد من الانفتاح والحرية.



٤) **التحول من الرسمية إلى الخصخصة:** وينعكس ذلك في مجموعة التعديلات الهيكلية التي شملت المؤسسات الإعلامية الحكومية مثل مؤسسة الإمارات للإعلام ومؤسسة دبي للإعلام، مما سمح بمزيد من الاستقلالية الإدارية والمالية [٧٧].

وقد اتسم واقع التوجه الإعلامي الرسمي لدولة الإمارات طوال تاريخه بالعقلانية في التعامل مع الأحداث: كما اتبع الإعلام في الإمارات سياسة التفاعل مع الأحداث والتعامل معها بموضوعية من دون تحيز مع تجنب لكل ما يزيد الانقسامات ويوسع شقة الخلافات بين الأشقاء مع التركيز على ما يجمع وعلى المصير المشترك، والنظرة المستقبلية بعيدة المدى. وقد صبغت هذه الصيغة أيضا مجمل النظام الإعلامي في الإمارات والذي يمكن تقسيمه، من حيث الملكية والإشراف، إلى ثلاثة أقسام رئيسية:

١- إعلام مملوك للدولة، وله عدة شركات ومؤسسات اتحادية ومحلية سنورد أهمها.

٢- إعلام يملكه أفراد، وكان حتى وقت قريب محصوراً في الصحافة المطبوعة من جرائد ومجلات عامة ومتخصصة باللغة العربية والإنكليزية وغيرها.

٣- إعلام يعمل في المناطق الحرة في الإمارات المختلفة يتبع لأفراد وشركات ومنظمات أجنبية ومحلية.

يعمل النوع الأول والثاني تحت مظلة مجموعة من القوانين سنأتي إليها، وإلى حد ما بإشراف المجلس الوطني للإعلام الذي تأسس في أعقاب حل وزارة الإعلام والثقافة.

وبحسب الكتاب السنوي لدولة الإمارات العربية المتحدة حول تركيبة النظام الإعلامي لدولة الإمارات: «توجد بالدولة مؤسسات إعلامية تتمتع بإمكانيات كبيرة من بينها شركة أبوظبي للإعلام ومؤسسة دبي للإعلام بالإضافة إلى الشركات العالمية التي تتخذ من مدينة دبي للإعلام مقرا لها. وتصدر في دولة الإمارات سبع

صحف عربية يومية هي «الاتحاد» و«الخليج» و«البيان» و«الإمارات اليوم» و«الوحدة» و«الفجر» و«أخبار العرب» وصحف إنكليزية هي «خليج تايمز» و«غلف نيوز» و«خليج توداي» و«ايمرتس توداي» التي تغير اسمها ليصبح «ايمرتس بيزنس» ١٤٧ بالإضافة إلى صحيفة «ذا ناشيونال» التي صدرت في ١٧ ابريل ٢٠٠٨ عن شركة أبوظبي للإعلام فضلا عن العشرات من المجلات والدوريات التي تصدرها المؤسسات والهيئات والشركات في الدولة [٧٨]».

أما بالنسبة للإعلام الإذاعي والتلفزيوني: «توجد حاليا قنوات دبي وسما دبي وقناة الأولى ودبي الرياضية ثم المحطة الفضائية من أبوظبي وقناة أبوظبي وقناة الإمارات وأبوظبي الرياضية، وتلفزيون الشارقة بقنواته المختلفة، وقناة عجمان الرابعة، وقناة الفجيرة، وتلفزيون رأس الخيمة. كما توجد ست محطات إذاعية رئيسية في أبوظبي ودبي ورأس الخيمة والفجيرة وعجمان وأم القيوين. وتبث من هذه المحطات عدد من الخدمات الاذاعية المختلفة [٧٩] .

ثانيا: المدن الإعلامية الحرة

وإعادة صياغة النظام الإعلامي في أبوظبي ودبي

أثّر وجود المدن الإعلامية الحرة في عملية إعادة صياغة النظام الإعلامي في أبوظبي ودبي الذي مر بمراحل مختلفة في السنوات الأخيرة كما يرصد ويليام روغ William Rugh بدءا من التغيير الذي استحدثته الحكومة في عام ١٩٩٥ باستحداث هيئة خاصة بالإذاعة والتلفزيون لجعلهما أكثر كفاءة ومنافسة مع المحطات الفضائية التي انتشرت وقتها. في يناير ١٩٩٩ أسست الحكومة مؤسسة الإمارات للإعلام التي تمثل الحكومة الاتحادية، وبحسب وزير الإعلام وقتها الشيخ عبد الله بن زايد فإن هذه المؤسسة تتمتع باستقلالية إدارية وإعلامية، وقد تأسست بناء على قناعة بأن الحكومة تخلت عن السيطرة على وسائل الإعلام الرسمية .



لقد أعادت أبوظبي صياغة نظامها الإعلامي تبعا للتطورات المختلفة ومن ضمنها قيام المدينة الإعلامية الحرة، وقد أسست حكومة أبوظبي شركة أبوظبي للإعلام على مرحلتين، حيث تم في المرحلة الأولى نقل بعض وحدات مؤسسة الإمارات للإعلام لديوان ولي العهد بموجب قانون رئاسي نص على أن تنقل قناة أبوظبي وقناة أبوظبي الرياضية وإذاعة أبوظبي وإذاعة الإمارات اف ام وجريدة الاتحاد ومجلة ماجد ومجلة زهرة الخليج من مؤسسة الإمارات للإعلام إلى ديوان ولي العهد اعتبارا من أول يناير ٢٠٠٧. وفي ٦ يونيو ٢٠٠٧ صدر قانون رئاسي بتأسيس شركة أبوظبي للإعلام كشركة مساهمة عامة مملوكة بالكامل لحكومة أبوظبي تعمل في المدينة الإعلامية الحرة. وقد حدد القانون أهداف الشركة في القيام بجميع الأعمال المتعلقة بالإذاعة والتلفزيون والإعلام بما في ذلك الإرسال والبث الإذاعي والمسموع والمرئي والإنتاج وخدمات الإعلام عبر الانترنت أو من خلال أي وسيلة تكنولوجية وإصدار الصحف والمجلات باللغة العربية واللغات الأجنبية والقيام بعمليات الطباعة والنشر والتوزيع والتسويق والدعاية والإعلان والتدريب [٨٠].

كذلك فعلت دبي التي كانت قد أعادت هيكلة مؤسسة دبي للإعلام وأنشأت عددا من الشركات، مثل المجموعة الإعلامية العربية [٨١] في مارس ٢٠٠٥ وهي تمتلك مجموعة متنوعة من المؤسسات الإعلامية المقروءة والمسموعة، حيث تضم شبكة الإذاعة العربية التابعة للمجموعة ٨ محطات إذاعية، وهي تشرف على قناة ام تي في ارابيا MTV وقناة نكلوديون للأطفال Nickelodeon وتتبع للمجموعة شركة أوراق للنشر التي تدير حالياً ٣ صحف يومية وعدداً من المجلات من بينها صحيفة الإمارات اليوم وصحيفة البيان التي كانت تصدر من مؤسسة دبي للإعلام.



ثالثا: المدن الإعلامية الحرة

في ظل الإطار القانوني للنظام الإعلامي في الإمارات

إلى حين يتم تطبيق مشروع قانون الأنشطة الإعلامية الجديد [٨٢]، ما يزال النظام الإعلامي في الإمارات حتى كتابة هذه الدراسة محكوما بشكل أساسي بالقانون الاتحادي رقم ١٥ لعام ١٩٨٠ في شأن المطبوعات والنشر [٨٣] .

وفضلا عن القانون الاتحادي رقم١ لسنة ١٩٧٢ بشان اختصاصات الوزارات الاتحادية الذي عملت بموجبه وزارة الإعلام والثقافة حتى حلها، فإن مجموعة القوانين التي حكمت المسار الإعلامي بدولة الإمارات بحسب الدكتور حبيب الملا تشمل القانون الاتحادي رقم ٥ لسنة ١٩٧٣ في شأن المطبوعات والنشر وما ورد فيه من تعديلات بداية من التعديل رقم ١٢ لسنة ١٩٧٤ والتعديل رقم ٣ لسنة ١٩٧٧ والتعديل رقم ٥ لسنة ١٩٨٠، وقانون منطقة دبي للتجارة والتكنولوجيا والتجارة الالكترونية والإعلام رقم ١ لسنة ٢٠٠٠، والقانون الاتحادي رقم ٧ لسنة ٢٠٠٢ بشأن حقوق المؤلف والحقوق المجاورة. قانون العقوبات الاتحادي رقم ٣ لسنة ١٩٨٧. يضاف إلى ذلك القانون رقم ١٢ لسنة ٢٠٠٧ بشأن هيئة المدينة الإعلامية الحرة في أبوظبي، ومجموعة القوانين والقرارات ونظم العمل الخاصة بالمدن الإعلامية الحرة الأخرى.

كذلك يحتكم النظام الإعلامي في الإمارات إلى قرار تأسيس المجلس الوطني للإعلام الذي أصدر مجلس الوزراء قرار تكوينه في ٢٤ يوليو ٢٠٠٦ برئاسة سمو الشيخ عبد الله بن زايد آل نهيان وزير الخارجية وعضوية عدد من الشخصيات الإعلامية والاعتبارية.

ويلاحظ أن جميع هذه القوانين غير معنية بشكل مباشر بالإعلام الإذاعي والتلفزيوني ولكنها ركزت بشكل أساسي على الصحافة والنشر والمواد السينمائية وقد وردت الإشارة إلى صيغة جديدة في قانون الإعلام لدى اجتماع المجلس الوطني



للإعلام بتاريخ ١٤ يناير ٢٠٠٧ الذي أقر فيه المجلس الصيغة الجديدة لقانون تنظيم الأنشطة الإعلامية الذي سيحل محل قانون المطبوعات والنشر رقم ١٥ لسنة ١٩٨٠ [٨٤].

ويشير روبرت سويد Robert Swade إلى تطور التشريعات المنظمة للعمل في المدينة الإعلامية الحرة بدبي، بعضها يتقاطع مع قوانين اتحادية وبعضها منشؤه محلي من إمارة دبي ابتداء من القانون رقم ١ لسنة ٢٠٠٠ القاضي بتأسيس منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية وقرار تكوين مجلس تحكيم معايير البث والنشر في نوفمبر ٢٠٠٣ The Broadcasting and Publications Standard Tribunal Regulations وهو قوم على أساس معايير بريطانية مستمدة من المعهد القانوني للمحكمين في لندن Chartered Institute of Arbitrators .

ويشير سويد إلى مجموعة أخرى من القوانين التي تحكم العمل في المدينة الإعلامية الحرة مثل القانون الاتحادي رقم (٤٠) لسنة ١٩٩٢م في شأن حماية المصنفات الفكرية وحقوق المؤلف، والقانون الاتحادي رقم ٢ لسنة ٢٠٠٦ في شأن مكافحة جرائم تقنية المعلومات. وقانون إمارة دبي رقم (٢) لسنة ٢٠٠٢ بشأن المعاملات والتجارة الالكترونية. كما يشير أيضا إلى أن قانون العمل الاتحادي رقم ٨ لعام ١٩٨٠ يحدد طبيعة علاقة العمل مع الجهات التي تستخدم الموظفين لديها وفق إجراءات تنظيم العمل الخاصة بتيكوم Tecom Employment Regulations الصادرة بتاريخ ٢٩ مارس ٢٠٠٤ وهي التي تحقق لتيكوم كفالة الأعمال التي تتم تحت مسئوليتها وفي نفس الوقت تقر بأن تكون كافة الحقوق المنصوص عليها في قانون العمل الإماراتي مكفولة للمستخدمين. كما يشير إلى طبيعة العمل التجاري والشركات والأفراد وفق خيارين: إما من خلال تأسيس شركة ذات مسئولية محدودة تتبع للمنطقة الحرة فردية أو بواسطة مجموعة من الشركاء. وإذا تم تأسيسها داخل الإمارات On-shore فيجب أن يكون ٥١ بالمائة من أسهمها لشركة أو أفراد إماراتيين. أما الخيار الثاني فهو تأسيس فرع لشركة أجنبية أو إماراتية، وفي هذه الحالة: هي



ليست في حاجة إلى شريك محلي. ومن الممكن في هذه الحالة للصحفيين المستقلين Freelancers الحصول على رخصة عمل في المنطقة الحرة، ولدى دبي للإعلام بالفعل قسم لهؤلاء يضم مائة صحفي مستقل.

رابعا: علاقة المجلس الوطني للإعلام بالمدن الإعلامية الحرة

تأسس المجلس، كما ذكرنا، في يوليو ٢٠٠٦، ثم استكمل تشريعه بقرار آخر في الثاني من إبريل ٢٠٠٧ يتضمن تعديلاً لنظام المجلس قضى بتعديل أربع مواد من قرار تأسيسه، وتناولت اختصاصات المجلس الوطني للإعلام واجتماعاته والجهات التي تتبع له. وتشمل اختصاصاته، بحسب التعديلات، كافة الصلاحيات التي كانت لوزير الإعلام والثقافة في قانون الصحافة والنشر كما تشمل صلاحية الإلغاء والترخيص الإعلامي أو وقفه لمدة محددة في حالة مخالفة شرط من شروط الترخيص [٨٥].

وبموجب قرار تأسيسه وتعديلاته، آلت لهذا المجلس، كافة الصلاحيات والاختصاصات التي كانت لوزير الإعلام والثقافة في قانون المطبوعات والنشر المشار إليه، وله الحق في ممارسة صلاحية إلغاء الترخيص الإعلامي الصادر عن جهة الإدارة، أو وقفه لمدة محددة في حالة مخالفة شروط من شروط الترخيص، وقد نقلت إليه وكالة أنباء الإمارات وإدارات الإعلام الخارجي، والاستعلامات والمطبوعات والنشر، والرقابة الإعلامية التي كانت ضمن الهيكل التنظيمي لوزارة الإعلام والثقافة، كما آلت إليه الأموال والممتلكات العقارية والمنقولة والحقوق والالتزامات الخاصة بها، والتي يصدر بتحديدها قرار من مجلس الإدارة بالاتفاق مع وزير الثقافة والشباب وتنمية المجتمع.

وفيما يخص علاقة المجلس الوطني للإعلام بالمناطق الحرة، فقد فتحت قنوات للتنسيق بين السلطات المحلية الإعلامية في كل إمارة، والمجلس الوطني للإعلام باعتباره المظلة الاتحادية لكافة وسائل الإعلام العاملة بالإمارات العربية

المتحدة. وقد قرر مجلس الوزراء في اجتماعه في ١٨ مارس ٢٠٠٧ أن جميع المناطق الحرة في دولة الإمارات ملزمة بالحصول على موافقة كتابية من المجلس قبل البدء في أي نشاط إعلامي وقبل الحصول على التراخيص ذات الصلة للبث الإذاعي والتلفزيوني وأنشطة نشر الصحف والمجلات، والدوريات والكتب. كما يجب أن تكون جميع الأنشطة الأخرى ذات الصلة ووسائل الإعلام في المناطق الحرة متفقة مع القوانين ذات الصلة بما يخدم مصلحة دولة الإمارات ولضمان ممارسة العمل الإعلامي مع الالتزام بالثوابت التي تقوم عليها سياسة الدولة داخليا وخارجيا[٨٦] .

في السياق ذاته جرى اجتماع للمجلس تم فيه المصادقة على مذكرات التفاهم بين المجلس وبين المناطق الحرة للإعلام في الدولة والتوقيع عليها في ضوء قرار مجلس الوزراء بأن يتولى المجلس الوطني للإعلام مسئولية الموافقة على أي ترخيص إعلامي يتصل بالإذاعة أو التلفزيون أو النشر في هذه المناطق[٨٧] . فقد وقّع المجلس الوطني للإعلام وسلطة منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والإعلام في ٢٤ نوفمبر ٢٠٠٧ على مذكرة تفاهم لتنظيم منح وإصدار التراخيص الإعلامية في منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والإعلام. وتنص المذكرة على حصول سلطة منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والإعلام «تيكوم» على موافقة المجلس الوطني للإعلام قبل إصدار التراخيص الإعلامية الخاصة بالبث الإذاعي والتلفزيوني وإصدار الصحف والمجلات والدوريات والكتب وما يتفرع عن هذه التراخيص.

كما وقع المجلس الوطني للإعلام في الإمارات وسلطة هيئة رأس الخيمة للاستثمار على مذكرة تفاهم لتنظيم منح وإصدار التراخيص الإعلامية لدي سلطة هيئة رأس الخيمة للاستثمار. وتنص المذكرة على حصول سلطة هيئة رأس الخيمة للاستثمار على موافقة المجلس الوطني للإعلام قبل إصدار التراخيص الإعلامية الخاصة بالبث الإذاعي والتلفزيوني وإصدار الصحف والمجلات والدوريات والكتب وما يتفرع عن هذه التراخيص.



وتتبلور علاقة المجلس الوطني للإعلام مع المدن الإعلامية، في جانب منها، فيما يخص العلاقات الخارجية والالتزامات الدولية لدولة الإمارات العربية المتحدة مع مراعاة المحافظة على مصالح هذه المناطق. وقد ظهر ذلك عندما تحفظت دولة الإمارات على البند الثاني عشر من وثيقة مبادئ تنظيم البث الفضائي الإذاعي والتلفزيوني في المنطقة العربية والتي كانت قد أُقرت في اجتماع وزراء الإعلام العرب المنعقد بالقاهرة في ١٢ فبراير ٢٠٠٧.

وقد نسبت صحيفة الاتحاد لأحمد علي الميل الزعابي سفير الإمارات بالقاهرة ومندوبها الدائم لدى الجامعة العربية ورئيس وفد الدولة في اجتماعات مجلس وزراء الإعلام العرب قوله: «إن تحفظ الإمارات على هذا البند من الوثيقة» جاء فقط من أجل المحافظة على التنافسية بين المدن الإعلامية الحرة.

يشار مع ذلك إلى أنه يتبع لمنطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والإعلام «مجلس خاص بالبث والنشر تم تدشينه في نوفمبر ٢٠٠٣ للفصل في المواضيع المتعلقة بحرية التعبير والتحقق من ملاءمة المضمون الإعلامي الصادر عن الشركات الإعلامية العاملة في المنطقة الحرة، وهو يعمل وفق أطر تنظيمية وقواعد إرشادية وصفية لا فرضية لتقديم معايير عامة تتيح للعاملين في مجال البث والنشر إمكانية الحكم على مضمون إعلامي معين من ناحية ملاءمته مع الظروف [٨٨]».

كما تحتكم تيكوم [٨٩] فيما يخص تأسيس الشركات إلى قوانين ولوائح خاصة بالشركات الخاصة صادرة عن إمارة دبي بدءاً من لوائح تنظيم الشركات الخاصة Private Companies Regulations بتاريخ ٩ ابريل ٢٠٠٣، والقرار رقم ٣ لعام ٢٠٠٤ بنفس الشأن، كذلك ما يخص مجموعة الإجراءات والأوامر الخاصة بمنح التراخيص، وأولها لوائح إجراءات الترخيص Licensing Regulations الصادرة في ٢٥ سبتمبر ٢٠٠٣، والقرار رقم ١ لعام ٢٠٠٦ الخاص بفئات الترخيص Licensing Categories لمدينة دبي للانترنت، ومدينة دبي للإعلام، ومدينة الإنتاج الإعلامي الدولية، ودبي للاستوديوهات، وقرية المعرفة، ودبي للتعيهد، ودبي بايوتك. أما بالنسبة لمعايير



البث والنشر، وكما وسبق أن أشرنا، فإن تيكوم تحتكم إلى لائحة إجراءات تحكيم معايير البث والنشر الصادرة بتاريخ ٤ نوفمبر ٢٠٠٣ ولائحة الرسوم Schedule of Fees الصادرة في نفس اليوم ٤ نوفمبر ٢٠٠٣. وتحتكم تيكوم إلى قانون المعاملات الإلكترونية التجارية Electronic Transactions and Commerce رقم ٢ لعام ٢٠٠٢، وقانون إنشاء وحماية شبكات الاتصال في مدينة دبي للانترنت رقم ٦ لعام ٢٠٠٢.

الجزء السادس

الوضع الحالي
في المناطق الحرة بدولة الإمارات

يقدم هذا الجزء تحليلا لعناصر الاتفاق والاختلاف بين ثلاث مدن إعلامية في دبي والقاهرة وعمان من خلال ثلاثة جداول، وقياس عناصر الاتفاق والاختلاف بين المدن الإعلامية الأربع في دولة الإمارات في كل من أبوظبي والفجيرة ورأس الخيمة في جدول واحد، ليس بغرض استكشاف التمايز ولكن لمعرفة الوضع على الأرض، وذلك من خلال الجداول التالية:

عناصر الاتفاق والاختلاف من حيث نوعية الملكية

المدينة الإعلامية	ملكية حكومية	قطاع خاص	ملكية مشتركة	ملاحظات
مدينة دبي	•			
المصرية			•	
الأردنية		•		

الملاحظة الرئيسية حول عناصر الاتفاق والاختلاف من حيث نوعية الملكية Ownership أن كل واحدة من المدن الثلاثة لها صيغة ملكية تختلف عن الأخرى، وفق ما هو مبين أدناه:



فمدينة الإنتاج الإعلامي في القاهرة هي شركة مساهمة عامة بين الدولة والقطاع الخاص الذي يمتلك الأرض.

والمدينة الإعلامية الحرة في الأردن، أسسها القطاع الخاص ويديرها بنفسه.

أما مدينة دبي للإعلام، فقد نشأت بقرار حكومي وتملك حكومة دبي شركاتها وبنيتها النحتية بالكامل.

عناصر الاتفاق والاختلاف من حيث تعددية الأنشطة

المدينة الإعلامية	نوع الخدمات
مدينة دبي	إنتاج برامجي إذاعي وتلفزيوني ونشر صحافي والكتروني إعلاني وإنتاج برمجيات ونقل للبث.
المصرية	إنتاج برامجي ودرامي إذاعي وتلفزيوني وسينمائي ونشر صحافي والكتروني إعلاني وإنتاج برمجيات، ونقل للبث.
الأردنية	إنتاج برامجي إذاعي وتلفزيوني وإعلاني ونقل للبث.

من خلال المقارنة بين عناصر الاتفاق والاختلاف من حيث تعدد الأنشطة في المدن الإعلامية الرئيسية في القاهرة وعمان ودبي نرى الملاحظات الرئيسية التالية:

١) مدينة الإنتاج في القاهرة، تختص أكثر في جانب الإنتاج الدرامي السينمائي والتلفزيوني.

٢) تركز المدينة الإعلامية في الأردن على البث والإنتاج البرامجي أكثر من الإنتاج الدرامي والنشر بنوعيه.

٣) في دبي لم يبدأ الإنتاج الدرامي، لا السينمائي ولا التلفزيوني، بشكل واسع ولكن تم تجهيز البينة التحتية لذلك من خلال مدينة دبي للاستوديوهات،



كما أن وجود قاعدة تقنية في دبي من خلال دبي للانترنت والمكاتب الإقليمية لشركات الإعلام والتكنولوجيا يمثل عنصرا فارقا عن المدن الأخرى.

عناصر الاتفاق والاختلاف من حيث العناصر المكونة للمدينة الإعلامية

المدينة الإعلامية	نوع الخدمات
مدينة دبي	سبعة مكونات رئيسية تشمل: مدينة دبي للإعلام، ودبي للانترنت، قرية دبي للمعرفة، دبي للاستوديوهات، منطقة دبي للتعهيد، ومنطقة الإنتاج الإعلامية الدولية، ومجمع دبي للتقنيات الحيوية والأبحاث.
المصرية	تتكون من ثلاث مكونات رئيسية هي: الشركة المصرية لمدينة الإنتاج الإعلامي، والشركة المصرية للأقمار الصناعية، نايل سات Nilesat والشركة المصرية للقنوات الفضائية.
الأردنية	شركة واحدة فقط تقدم خدمات الإنتاج البرامجي والنقل وما إليهما.

توضح مقارنة عناصر الاتفاق والاختلاف من حيث العناصر المكونة للمدينة الإعلامية Components أن دبي صاحبة أكبر مجموعة من العناصر وهي تعمل في شكل مجموعة متصلة ومكملة لبعضها البعض، فإما أن يعمل كل قسم منها في جانب متخصص أو يدعم عمل الجهات الأخرى، بجانب خدمات نقل الإشارات للأقمار الصناعية من خلال منصة سما كوم. وفيما تقوم شركة واحالمدينتين.دمتي للإنتاج البرامجي والنقل وما تليهما في المدينة الأردنية، يتوسع الأمر بالنسبة للشركة المصرية للأقمار الصناعية، نايل سات وهو ما لا يتوفر في المدينتين الأخرتين.



عناصر الاتفاق والاختلاف بين المدن الإعلامية الأربعة
في دولة الإمارات من حيث الوضع القائم للبنية التحتية

المدينة الإعلامية	الوضع القائم للبنية التحتية	ملاحظات
مدينة دبي	أكملت بنيتها التحتية بشكل كبير.	
مدينة أبوظبي	لم تكمل بنيتها التحتية بعد.	
مدينة رأس الخيمة	بحاجة إلى ما بين ١٢ إلى ١٥ شهرا لإكمال الاستوديوهات والمساحات المكتبية.	
مدينة الفجيرة	لم تكمل بنيتها التحية بعد.	

يوضح الجدول الرابع أن مدينة دبي قطعت خطوات كبيرة في إكمال بنيتها التحتية الأساسية، خاصة فيما يتعلق بالمكاتب والاستوديوهات ونظام الاتصال الذي تديره، ويبقى لها إكمال مشروعات البنية التحتية الخاصة بمدينة دبي للاستوديوهات ومدينة الإنتاج الإعلامي الدولية المتخصصة في النشر والتغليف.

نتائج وملاحظات

١- من حيث الوضع القائم للمدن الإعلامية الحرة بدولة الإمارات العربية المتحدة نلاحظ ما يلي:

أن مدينة دبي قاربت إكمال منظومتها وإكمال بنيتها التحتية الأساسية،،خاصة فيما يتعلق بالمكاتب والاستوديوهات ونظام الاتصال الذي تديره سما كوم، ويبقى لها إكمال مدينة دبي للاستوديوهات، ومدينة الإنتاج الإعلامي الدولية المتخصصة في النشر والتغليف. وهي تعمل بطاقتها الكاملة وقد وصلت إلى درجة التشبع في مدينة دبي للإعلام ومدينة دبي للانترنت، أما بقية المدن الإعلامية فهي ما تزال تعمل (إداريا) من خلال مكاتب مؤقتة كما يلي:

❖ مدينة الفجيرة تعمل من مكاتب مخصصة في ثلاثة طوابق في برج الفجيرة ولديها تسهيلات خاصة بالبث، وقد منحت فعلا بعض القنوات التلفزيونية تصريحا بالإنتاج والبث ومنحت أيضا تصريحات لبعض المجلات، ولكن الطباعة تتم خارجيا.

❖ كذلك الأمر بالنسبة لمدينة راس الخيمة التي تعمل أيضا من مكتب مؤقت من طابق واحد في منطقة الحمرية. وقد منحت بعض القنوات التلفزيونية تصريحا للبث الذي يتم من خارج رأس الخيمة.

❖ مدينة أبوظبي ظلت تعمل جزئيا من داخل تلفزيون أبوظبي إلى حين إكمال مقرها الدائم بمجرد الانتهاء منه.



٢- مـن حـيـث طـبـيـعـة الأنـشـطـة الـتـي تـقـوم بـهـا الـمـنـطـقـة الـحـرة للإعـلام وتكنولوجيا المعلومات في دبي:

فهي تعمل في شكل مجموعة متصلة ومكملة لبعضها Cluster، إما أن يعمل كل واحد في جانب متخصص أو يدعم عمل الجهات الأخرى ضمن ثمانية قطاعات، أربعة منها تستهدف الإعلام وخدماته هي مدينة دبي للإعلام، ومدينة دبي للانترنت ومدينة دبي للاستوديوهات ومنطقة الإنتاج الإعلامية الدولية.

٣- من حيث الدور الذي صنعته هذه المنظومة لدولة الإمارات:

فقد حققت أهداف تأسيسها يجعل دبي مركزًا للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والإعلام فبعد سنوات قليلة جدا من قيامها، أصبحت دبي محورا إقليميا للإعلام الدولي والإقليمي والمحلي لوكالات الأنباء ومؤسسات النشر والطباعة والإعلام الالكتروني والإعلان، ومؤسسات البث الاذاعى والتلفزيوني وتمكنت من اجتذاب كبريات الشركات الإعلامية والإعلانية العربية والعالمية.

٤- من حيث حجم المكونات الرئيسية للمدن الإعلامية:

إن دبي هي صاحبة أكبر مجموعة من العناصر العاملة فعلا، فهي تملك ثمانية مكونات رئيسية فضلا عن تقديمها لخدمات نقل الإشارات للأقمار الصناعية من خلال منصة سما كوم. وفيما تقوم شركة واحدة بتقديم خدمتي الإنتاج البرامجي والنقل وما إليهما في المدينة الأردنية، يتوسع الأمر بالنسبة للشركة المصرية للأقمار الصناعية نايل سات وهو ما لا يتوفر في المدينتين الأخريين حاليا.

٥- مـن حـيـث طـبـيـعـة الأنـشـطـة الـتـي تـقـوم بـهـا الـمـنـطـقـة الـحـرة للإعـلام وتكنولوجيا المعلومات في دبي مع المدن الإعلامية في القاهرة وعمان:

إن مدينة الإنتاج في القاهرة، تختص أكثر في جانب الإنتاج الدرامي السينمائي والتلفزيوني وتركز المدينة الإعلامية في الأردن على البث والإنتاج البرامجي أكثر من الإنتاج الدرامي والنشر بنوعيه. أما في دبي لم يبدأ الإنتاج الدرامي لا

السينمائي ولا التلفزيوني بشكل واسع ولكن تم تجهيز البنية التحتية لذلك من خلال مدينة دبي للاستوديوهات، كما أن وجود قاعدة تقنية في دبي من خلال دبي للانترنت والمكاتب الإقليمية لشركات الإعلام والتكنولوجيا يمثل عنصرا فارقا عن المدن الأخرى.

٦- من حيث طبيعة الملكية بين المدن الثلاثة:

إن مدينة الإنتاج في القاهرة هي شركة مساهمة عامة يملك القطاع الخاص الأرض، أما المدينة الإعلامية الحرة في الأردن، فقد أسسها القطاع الخاص ويديرها بنفسه، فيما ولدت مدينة دبي بمبادرة ودعم حكومي كذلك الحال بالنسبة للمناطق الإعلامية الأخرى بدولة الإمارات.

إن موضوع ملكية المدن الإعلامية يتداخل مع عدة عوامل ولكل نوع موجباته وسلبياته. فبقدر ما تُسبب ملكية الدولة لهذه المدن احتكارا في ما يخص الموافقة على إقامة المشروعات والتصرف في الأراضي والمباني مع عدم وجود منافس في بعض الأحيان مما يرفع أسعار المباني والإيجارات وهو ما يتعارض مع حرية حركة الإعلام. فالخصخصة في مجال الإعلام في المناطق الحرة، تقتضي جملة من القرارات والتشريعات والأنظمة، لتضع الإطار لجهات الإشراف والتنظيم والتنفيذ في هذا القطاع، وتنظم منح الرخص وتوزيع الترددات وتملك وإدارة الأقمار الاصطناعية وقواعد حماية المرخصين، لتقديم خدمات اتصالية معينة، وهي في الغالب غير متوافرة، خاصة في مجال الإعلام لحساسية هذا الأمر.

٧- من حيث الترتيبات القانونية والإدارية للمدن الإعلامية الحرة بدولة الإمارات العربية:

أ- تستفيد المدن الإعلامية الحرة من الوضع الفيدرالي، فقد نشأت بموجب قرارات محلية لكل إمارة مع إطار قانوني اتحادي مثل القوانين المنظمة للنشاط الاقتصادي وقوانين العمل. يرتبط مع ذلك ما تم من تحديث في



تشريعات الإعلام والاتصال وتنظيم عمل المراسلين الأجانب ووكالات الأنباء، وتحديث القواعد المتعلقة بترخيص وإدخال محطات البث الإعلامي، وتنظيم المهنة الصحفية، والتشريعات الخاصة بمناطق الإعلام الحر بما يتناسب والعادات الاجتماعية والدينية في الإمارات من خلال أجهزة المدن الإعلامية نفسها أو من الأجسام المستحدثة في إطار إعادة هيكلة قطاع الإعلام.

ب - وبسبب الترابط ما بين الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، فإننا نلاحظ أن اثنتين من الدول التي بها مناطق إعلامية حرة، ما عدا مصر، اتجهت إلى إعادة هيكلة وزارات الإعلام والاتصالات والثقافة، والجهات المشرفة على تنظيم هذا القطاع، لأجل شمول التنظيم الميداني، أي الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات من جهة والإعلام من جهة أخرى وقد حدث ذلك في دولة الإمارات العربية المتحدة التي ألغت وزارة الإعلام والثقافة واستحدثت المجلس الوطني للإعلام.

٨- من حيث الأدوار والتأثيرات التي تحدثها المدن الإعلامية الحرة:

أ - إن هذه المدن الإعلامية الحرة يمكن أن تتجاوز أهميتها كمنبر للديمقراطية وحرية التعبير لتتحول إلى مشاريع استثمارية ضخمة من شأنها جذب مزيد من رؤوس الأموال المهاجرة العربية والأجنبية وجذب الخبرات في مجالات صناعة الإعلام والتكنولوجيا في مكان واحد. فالمدن الإعلامية تعمل مثل ورشة عمل ضخمة تتعدد فيها المهام والمهارات القريبة والمتصلة ببعضها وتتطور فيها خبرات العمل وتشريعاته.

ب - إن وجود المدن الإعلامية الحرة يمكن ان يمثل مدخلاً إلى نقل التجارب العالمية في المجالات الإعلامية المختلفة ومكنت الخبرات العربية من التعامل مع تكنولوجيات إعلامية جديدة ودقيقة وتوطين إنتاج البرمجيات. كذلك خلقت سوقا واسعة للصحفيين «فأهل الإعلام التلفزيوني على نحو

خاص غدوا يتمتعون بأهمية كبيرة في سوق تشهد تطورا عارما، وباتت رواتبهم مضاعفة بعد انتقالهم من القنوات الأرضية إلى البرامج الفضائية[٩٠]»

ت - يتسق مع ذلك أن التوجه الاستثماري في هذا القطاع أخذ منحى إقامة مؤسسات تلفزيونية حكومية جديدة، في إطار تطوير قطاعات الإعلام المرئي والمسموع لإقامة علاقة جديدة مع مواطنيه، أي أننا نرى تلفزيونات حكومية تستفيد من مزايا الحريات التي توفرها المناطق الحرة في الوقت الذي لا تسمح فيه هذه الحكومات بالبث من أراضيها.

ث - أن المدن الإعلامية يمكن أن تمثل مؤشراً إلى تعزيز الصناعة في القطاع المرئي والمسموع وإلى الحصول على ما يمكن تسميته برؤية إعلامية عربية، وبالاستفادة من الظواهر الإيجابية في العولمة، وبمخاطبة الرأي العام الخارجي، وبالتنافس أيضاً مع المؤسسات المرئية والمسموعة مثل السي ان ان أو التلفزيونات الأوروبية.

ج - تستفيد المدن الإعلامية الحرة في دولة الإمارات العربية المتحدة من قوة اقتصاد الدولة وتنوعه وقوة البنية التحية للدولة وموقعها الجغرافي، ومستوى البنية التحتية خاصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فضلا عن مستوى الحريات التي يتمتع بها المجتمع والإعلام مقارنة بدول الإقليم.

ح - يمكن أن تسهم هذه المناطق بقدر كبير في بناء صورة جديدة لدولة الإمارات ومجتمعها، فهي قد ساهمت في بروز اسم الإمارات على المستويين الإقليمي والعالمي. وفي هذا المضمار يقول حسام شاكر: «إن صورة دولة الإمارات مهيأة لتفاعلات عدة على ضوء البروز المتزايد لدولة الإمارات وتجربتها في الإدراك العالمي، وعلى خلفية تنامي الاهتمام لسياقها العربي والإسلامي علاوة على مكانتها الاقتصادية وأهميتها



الإقليمية الصاعدة فضلا عن طفرة اكتشاف الإمارات كوجهة سياحية مفضلة».

خ - واكب إنشاء هذه المدن إعادة هيكلة وصياغة منظومة الإعلام المحلي الحكومي كما حدث في أبوظبي ودبي. فالأولى أسست شركة أبوظبي للإعلام التي تحولت إليها مكونات مؤسسة الإمارات للإعلام، وكذلك فعلت دبي التي أعادت هيكلة مؤسسة دبي للإعلام وأنشأت عدداً من الشركات الإعلامية بغرض تحرير حركة القطاع الإعلامي. كما واكبتها مجموعة التعديلات التشريعية الإعلامية التي أشرنا إليها في متن هذه الدراسة.

٩- من حيث الإشكالات المتوقعة والمعوقات القائمة والمحتملة:

أ - إن وجود هذه المدن يمكن ان يمثل مدخلا لظاهرتي التدويل والعولمة اللتان يحدان من وجود الدولة القطرية التي يرى يحيى اليحياوي [٩١] أن مرجعيتها تعد مطلقة بالنسبة لمصادر المعرفة والتكنولوجيا والاقتصاد، فالنظام الوطني بدأ يتآكل وبسرعة نتيجة التداخل المستمر والمتسارع بين الدول والاقتصاديات والثقافات. فبقدر ما يتآكل النظام الوطني على المستوى المحلي، بقدر ما يتسع ويتعاظم على المستوى العالمي (أو الدولي) باتساع وتعاظم دور الفاعلين الجدد (وفي مقدمتهم الشركات المتعددة الجنسيات) الذين أصبحوا «مركز السلطة الجديد».

ب - إنه بالرغم من أننا رأينا في السنوات الأخيرة طفرة هائلة في الإعلام الفضائي العربي المرئي والمسموع المنطلق من المناطق الحرة، فإن ذلك لم ينعكس في كثير من التجارب على جودة ما يقدم، مما يشير إلى السمة التجارية في منطلقاته. فقد انتشر على سبيل المثال عدد من القنوات التلفزيونية التي تعتمد على الربح السريع دون اهتمام بالمحددات الأخلاقية وتأخرت الجهات المسئولة عن البث عن اتخاذ قرار بشأنها، إلا أن تدخل الرأي العام كان له أثره مثلما حدث لقناتي كنوز وشهر زاد اللتان



أوقفتا عن البث على أقمار نايل سات في يونيو ٢٠٠٧ بسبب الضجة التي أثارتاها حول السحر والشعوذة.

ت - أن بعض المعوقات والإشكالات تتعلق بطبيعة بعض ما ينتج وينشر ويبث ومدى انسجامه مع سياسات الدولة وقوانينها ومرتكزات مجتمعها الثقافية والاجتماعية.

ث - على ذلك تظهر مجموعة من التحديات تتعلق بحرية الحصول على المعلومات غير المتاحة عربيا، بما في ذلك شبكة الانترنت اطلاعا ونشرا، وحرية النشر والبث. وقد رأينا عمليات الشد والجذب حول وثيقة مبادئ تنظيم البث الفضائي الإذاعي والتلفزيوني في المنطقة العربية التي كانت قد أقرت في اجتماع وزراء الإعلام العرب المنعقد في القاهرة في ١٢ فبراير ٢٠٠٧، كما نرى ذلك في الحديث عن قانون مصري جديد لإنشاء جهاز قومي لتنظيم البث المسموع والمرئي.

ج - على ذلك أيضا، لا تضمن أي وسيلة إعلامية تحصل على تصريح بالعمل في المدن الإعلامية استمرار عملها باطمئنان كما يتضح من تجربة قناتي «الحوار» وATV وغيرها.

ح - إن عملية جذب بعض الصناعات الإعلامية الحساسة، المعتمد على تقاليد تتمتع بالحريات مثل السينما العالمية، إلى دولة الإمارات العربية المتحدة يتقاطع مع مجموعة من الاعتبارات الثقافية والحساسيات السياسية التي ينبغي أخذها في الحسبان حتى لا تعيق خطط جذب كبرى الشركات المنتجة إلى هذا البلد. وبحسب صحفية «ذا ناشيونال»، فإنه يجري تشكيل لجنة وطنية للسينما تحت إشراف هيئة أبوظبي للثقافة والتراث للعمل على تعزيز وضع دولة الإمارات والترويج لها عند صناع السينما كموقع للتصوير والإنتاج السينمائي.



خ - ومع انه تم بالفعل تصوير أجزاء مهمة من اثنين من الأفلام الأمريكية المهمة في السنوات الأخيرة في دبي وأبوظبي، هما فلم سريانا Syriana وفلم المملكة The Kingdomt، فلم يكن الطريق أمامهما مفروشاً بالورود. فقد تعرض فلم سريانا لحذف مقاطع منه، وفي كلتا الحالتين، كان على المنتجين الحصول على إذن خاص من الحكومة.

د - ولأن السينما صناعة ضخمة تحتاج إلى جيش من الفنيين والخبراء في مجالات مختلفة قد لا تتوفر نسبة كبيرة منهم على أرض الإمارات، فإن كل فليم يتم إنتاجه سيأتي معه بمجموعة ضخمة من العاملين مما يرفع قيمة كلفة الإنتاج؛ وهو وضع يجب أن يقود إلى ترتيبات مبكرة لعملية توطين هذا النوع من الخبراء.

الهوامش

١- أنظر: زيغفريد لينتس، «منطق المقارنة»، مجلة فكر وفن، انترناسيونز، بون، ألمانيا الاتحادية، عدد ٦٦-١٩٩٧م ص ١٨١.

٢- تشير عدد من الكتابات إلى أن الرومان قاموا بإنشاء أول منطقة تجارة حرة في جزيرة ديلوس اليونانية في بحر إيجة عام ١٦٦ قبل الميلاد بهدف وضع حد لهيمنة جزيرة رودس على التجارة في البحر الأبيض المتوسط، في المراحل المتقدمة وفي عام ١١٨٩ تم إنشاء ميناء هامبورغ في ألمانيا الذي اعفي فيه التجار من الرسوم الضريبية والجمركية. وتطورت فكرة الميناء الحر في مدينة هامبورغ عام ١٨٨٨ وتمتعت موانئ أخرى بنفس المزايا في نابولي وفينسيا ومرسيليا وغيرها، ثم انتقلت الفكرة من أوربا إلى مستعمراتها في جبل طارق سنة ١٧٠٤ وسنغافورة في ١٨١٩ وهونغ كونغ عام ١٨٤٢. أما أول وأشهر منطقة حرة حديثة لتجهيز الصادرات على مستوى العالم فقد أقيمت في مدينة شانون Shanon بأيرلندا عام ١٩٥٩م. وتلاها في فترات زمنية متلاحقة إقامة العديد من المناطق المماثلة في بورتوريكو عام ١٩٦٢ وفي الهند عام ١٩٦٥ وتايوان والفلبين والمكسيك وبنما والبرازيل، الخ.

٣- أنظر: محمد علي عوض الحرازي، الدور الاقتصادي للمناطق الحرة في جذب الاستثمارات، دراسة مقارنة. منشورات الحلبي الحقوقية. بيروت ٢٠٠٧، ص ٥ و ٦.

٤- أنظر: د. حسن الخيرات، تجربة المناطق الحرة المشتركة ودورها في تعزيز التكامل الاقتصادي العربي، وقائع مؤتمر التجارة العربية البينية والتكامل الاقتصادي، عمان الأردن، المنظمة العربية للتنمية الإدارية والجامعة الأردنية، من منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية عمان. ٢٠٠٤. ص ٨٠٦.

٥- أنظر: محمد الحرازي، الدور الاقتصادي للمناطق الحرة، مصدر سابق. ص ١٢٤.

٦- أنظر: عبد الحميد حمدي نوار، الدور الاقتصادي للمناطق الحرة بدولة الإمارات العربية المتحدة، جمعية أم المؤمنين النسائية، عجمان ١٩٩٦. ص ١٩.

٧- الأسواق الحرة Free Markets لا يدخلها البعض ضمن مفهوم المناطق الحرة باعتبار أنها ليست أكثر من أسواق تنشأ في المدن الكبرى أو المطارات والموانئ تتخصص في بيع السلع والمنتجات الأجنبية والوطنية بدون ضرائب ورسوم جمركية.

٨- أنظر: محمد الحرازي، الدور الاقتصادي للمناطق الحرة، مصدر سابق، ص ١٣.

٩- في جلسة المجلس الوطني الاتحادي (أبوظبي) بنهاية يونيو ٢٠٠٨ اطلع المجلس على رسالة من مجلس الوزراء بدولة الإمارات رفض فيها طلب المجلس مناقشة موضوع المناطق الصناعية الحرة،



وبرر الدكتور أنور محمد قرقاش وزير الدولة للشؤون الخارجية وزير الدولة لشؤون المجلس الوطني الاتحادي رفض مناقشة الموضوع لكونه يتعلق بالحكومات المحلية وليس بالاتحاد، وأشار إلى أن الحكومة تستند في رفضها المناقشة إلى حقها الدستوري. انظر وكالة أنباء الإمارات (وام) ١ يوليو ٢٠٠٨ http://wam.org.ae

- كذلك أورد موقع الأسواق.نت دبي، قناة العربية في دبي ١١ مايو ٢٠٠٨ تصريحات صحفية لرئيس لجنة الشؤون المالية والاقتصادية والصناعية في المجلس الوطني الاتحادي في الإمارات حمد حارث المدفع جاء فيها أن لجنة الشؤون المالية والاقتصادية والصناعية في المجلس الوطني الاتحادي في الإمارات ترى وجود العديد من المشكلات يجب نقاشها حول المناطق الحرة منها المنافسة غير المشروعة التي تمارسها شركات عاملة في المناطق الحرة ضد الشركات القائمة في الأسواق المحلية الأخرى، حيث يقوم الكثير من المستهلكين والتجار بشراء السلع والخدمات من شركات المناطق الحرة دون دفع نسبة الرسوم الجمركية وقدرها ٥٪ التي تدفع على الواردات، وبالتالي تصبح أسعار منتجات وخدمات شركات المناطق الحرة أقل من نظيرتها الأخرى التي تلتزم بدفع الرسوم الجمركية في الدولة. المشاكل الأخرى؛ أهمها عدم خضوع المناطق الاقتصادية لهيئة اتحادية، حيث تنشأ تلك المناطق حاليا بمراسيم محلية، ولا يخضع العاملون فيها لقانون العمل، كما لا تخضع شؤون البيئة فيها لرقابة البلديات ولا وزارة البيئة. موقع:
http://www.alaswaq.net/articles/2008/05/11/15846

١٠- بيت الاستثمار المالي العالمي غلوبال Global، مقره الكويت.

١١- «المناطق التجارية الحرة في الإمارات تحرك النمو التجاري والصناعي»، مقال، صحيفة الغد الأردنية ptth://www.alghad.jo/? News=322500 ٨ مايو ٢٠٠٨.

١٢- أنظر: عبد الحميد حمدي نوار، الدور الاقتصادي للمناطق الحرة بدولة الإمارات العربية المتحدة، جمعية أم المؤمنين النسائية، عجمان ١٩٩٦. ص ٢٧.

١٣- «المناطق التجارية الحرة في الإمارات تحرك النمو التجاري والصناعي»، مقال، صحيفة الغد، مصدر سابق.

١٤- أنظر: عبد الحميد نوار، الدور الاقتصادي للمناطق الحرة بدولة الإمارات، مصدر سابق، ص ١٩.

١٥- أطلقت إمارة رأس الخيمة مرفقا بحريا، مما سيتيح للمستثمرين الأجانب تسجيل الشركات غير المقيمة في منطقة رأس الخيمة الحرة من دون الحاجة إلى وجود مادي للمنشأة. واستقطبت إمارة رأس الخيمة ٨٠٠ شركة جديدة خلال النصف الأول من العام الماضي. وفي بداية النصف الثاني من العام الماضي ضمت المنطقة الحرة بإمارة رأس الخيمة حوالي٣,٤٥٠ شركة من١٠٠ دولة، وهو ما يدل على الزيادة المضطردة لعدد الشركات في المنطقة مقارنة بعدد الشركات العاملة فيها والبالغة ١٧ شركة في بداية تأسيسها خلال العام٢٠٠٠.



١٦- تمتلك إمارة أبوظبي استثمارات ضخمة في المناطق الصناعية الحرة التي تعمل تحت مظلة المؤسسة العليا للمناطق الاقتصادية المتخصصة، المسئولة عن إنشاء المدن الصناعية في الإمارات. وقد انتهت أبو ظبي بالفعل من تأسيس مدينة أبو ظبي الصناعية١، مدينة أبوظبي الصناعية٢، مدينة أبوظبي الصناعية٣. كما تعتزم إمارة أبو ظبي بناء ٣٠ منطقة صناعية جديدة خلال الأعوام المقبلة.

١٧- نجحت إمارة الشارقة في استقطاب عدد من الشركات إلى منطقة الحمرية الحرّة ومنطقة مطار الشارقة. فقد استطاعت منطقة الحمرية الحرة أن تجذب استثمارات بلغت قيمتها٢ بليون دولار من ألفي مستثمر. وتضم منطقة الحمرية الحرة، والتي تغطي أكثر من٢٢ مليون متر مربّع، مرافق للتخزين والتوزيع ومرسى خاصا، وميناء بحريا عميقا، وميناء داخليا لبناء السفن والأحواض الجافة وهو يلبي بصفة أساسية متطلبات الصناعات المتوسطة والثقيلة. وفيما يتعلق بمنطقة مطار الشارقة، فهي تضم أكثر من ٢,٧٣٨ شركة مسجّلة وتغطي مساحة١,٦ متر مربّع، وهي تركز أكثر على أنشطة التجارة والتصدير والاستيراد. وفي العام ٢٠٠٧، انتهت إمارة الشارقة أيضا من بناء مدينة الإمارات الصناعية وهي عبارة عن مجمع صناعي يمتد على مساحة ٧,٧ مليون متر مربع وتصل طاقته الاستيعابية إلى ثلاثة آلاف مرفق للصناعات الخفيفة والمتوسطة.

١٨- تشهد هيئة المنطقة الحرة بالفجيرة، التي تضم أكثر من ألف شركة، توسعات تستهدف مضاعفة مساحتها. وتعمل المنطقة التي تشغل حاليا مساحة٢ مليون متر مربّع، على بناء منطقة جديدة باسم المرحلة الثالثة في منطقة الحيل والتي يتوقع الانتهاء منها خلال عام.

١٩- تعتبر منطقة عجمان الحرّة واحدة من أكبر المناطق الحرة في الإمارات الشمالية حيث ضمت ألفين وخمسة عشر شركة بحلول نهاية العام ٢٠٠٦، أي بزيادة بلغت نسبتها ٥,٧٥٪ عن العام السابق. وأدى هذا الارتفاع في عدد الشركات إلى انتقال المسئولين من المنطقة إلى منطقة الزوراء، حيث ستكون جزءا من مجمعات ذات استخدامات متعددة.

٢٠- المناطق التجارية الحرة في الإمارات صحيفة الغد، مصدر سابق.

٢١- أنظر: عبد الحميد نوار، الدور الاقتصادي للمناطق الحرة، مصدر سابق. ص ٣٢.

٢٢- أنظر: الإعلان العالمي لحقوق الإنسان. www.un.org/arabic/aboutun/humanr.htm

٢٣- أنظر: اللجنة العربية لدراسة قضايا الإعلام والاتصال في الوطن العربي، نحو نظام عربي جديد للإعلام والاتصال، مشروع التقرير النهائي، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ١٩٨٥ ص٧٩.

٢٤- للمزيد حول ترتيبات المادة (١٩) حول حرية الإعلام في العالم العربي، بين التحرير وإعادة إنتاج الهيمنة. مجموعة مؤلفين. مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، سلسلة قضايا الإصلاح العدد ١٥, القاهرة. ٢٠٠٧، ص ٣٠٧.



٢٥- للمزيد حول القانون الاتحادي رقم «١٥» لعام ١٩٨٠ في شأن المطبوعات والنشر بدولة الإمارات العربية المتحدة انظر :

- عبد الله النويس، وسائل الإعلام في دولة الإمارات العربية المتحدة، الطبعة الأولى، شركة أبوظبي للطباعة والنشر بن (دسمال)، أبوظبي ١٩٨٤. ص ٢٥٣.

26- Hill Mark UAE unveils ambitious plans for media free zones, Managing Intellectual Property. Feb2006. Issue 156. p141.

٢٧- أنظر: محمد الحرازي، الدور الاقتصادي للمناطق الحرة مصدر سابق، ص II إلى IV.

٢٨- تجربة المدينة الإعلامية والتكنولوجية الماليزية في : http://www.msc.com.my/msc/whymsc.asp

٢٩- يطلق على تجربة المدينة الإعلامية والتكنولوجية الماليزية الحرة حاليا اسم MSC وهي اختصار للاسم الذي تم إطلاقه في بداية المشروع وهو : Multimedia Super Corridor وهو مبادرة من الحكومة تهدف إلى عبور ماليزيا إلى عصر المعلومات والمعرفة وتوطين تكنولوجيا الاتصال والإعلام. وتمتد المدينة التي تقع في العاصمة كوالالامبور من برجي بتروناس Petronas Twin Towers إلى مطار كوالالمبور الدولي، وتشمل أيضا مدينتي بوتراجايا Putrajaya وسايبرجايا Cyberjaya وقد تم توسيعها في ٢٠٠٦ لتشمل وادي كلانغ بأكمله Klang Valley ومنذ أن تم وضع تصور المدينة في عام ١٩٩٦، قادت إلى ازدهار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في البلاد وهي تستضيف أكثر من تسعمائة شركة من الشركات المتعددة الجنسيات، والمملوكة لجهات أجنبية ومحلية وهي تركز على منتجات الوسائط المتعددة والاتصالات، وخدمات البحث والتطوير مما يمثل عنصر جذب كبير لشركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العالم لإجراء البحوث وتطوير المنتجات الجديدة والتكنولوجيات والتصدير من هذه القاعدة.

31- Hill Mark UAE unveils ambitious plans, ibid.. p141.

٣١- أنظر: د. مؤيد عبد الجبار الحديثي، العولمة الإعلامية. الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ٢٠٠٢. ص ٢٢٧.

٣٢- أنظر: د. مي العبد الله، التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير. دار النهضة العربية بيروت ٢٠٠٦. ص ٢٣٦.

٣٣- أنظر: د. سامي الشريف، الفضائيات العربية، رؤية نقدية، دار النهضة العربية القاهرة ٢٠٠٤ ص٣٠١.

٣٤- أنظر: د. سامي الشريف، الفضائيات العربية، المصدر السابق ص ٣٠٢.

35- Eddie O'Sullivan, Taking the media lead. ibid., P6.

٣٦- شركة المدينة الإعلامية الأردنية، انظر: http://www.jordanmediacity.com

٣٧- حول مشروع المنطقة السورية الإعلامية الحرة،انظر وكالة الأنباء السورية، سانا
http://www.sana.sy/ara/138/2007/05/17/118742.htm

٣٨- وزارة الإعلام السورية هي الجهة المخولة بتحديد سقف السيادة الوطنية.

٣٩- حول منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية تيكوم انظر : http://www.tecom.ae

٤٠- تأسس مجمع دبي للتقنيات الحيوية والأبحاث (دبيوتك) بدعم من حكومة دبي، ليكون مركزاً إقليمياً لقطاعات التقانات الحيوية والصناعات الدوائية، وليوفر بيئة متقدمة ومتكاملة في مجال الأبحاث والعلوم، وليصبح المجمع مركزاً للأنشطة العلمية على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي. يعد مشروع دبيوتك الحكومي أول منطقة حرة وأول مجمع متكامل للعلوم والصناعات البيولوجية والدوائية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا يعمل على ترسيخ الأسس لبناء مركز يضم شريحة متخصصة من الخبراء والعلماء، ولتسهيل عملية التواصل بين شريحة الأبحاث والتعليم والصناعة عبر تشجيع التعاون المحلي والعالمي.

٤١- حول اي هوستغ داتافورت eHosting DataFort لخدمات الاستضافة والحماية الالكترونية انظر:
http://www.ehdf.com/general-information.html

٤٢- أنظر: قانون منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الالكترونية والإعلام رقم (١) لسنة ٢٠٠٠، نشر دائرة محاكم دبي، العدد ٢٥٨، السنة ٣٤. ٣١ يناير ٢٠٠٠ م

٤٣- للإطلاع على نصوص القوانين التي تحكم الأعمال المختلفة في تيكوم دبي، يمكن الإطلاع عليها في موقع مبادرة جورغن هلجيك على: Dr. Jorg Hladjk, LL.M,Dubai laws.org http://www.tecom.ae/law/law_1.htm

٤٤- أنظر: جاسم محمد جرجيس، تقنيات المعلومات والاتصالات وتأثيرها في مجتمع الإمارات العربية المتحدة، النادي العربي للمعلومات: http://www.arabcin.net Accessed May 2008

٤٥- أنظر: جاسم جرجيس، تقنيات المعلومات والاتصالات. المصدر السابق.

46- About Dubai Media City, Dubai Media City Directory 2008. Published by Dubai Media City, UAE. p2.

47- Hill Mark UAE unveils ambitious plans for media free zones, Managing Intellectual Property. Feb2006. Issue 156. p141.

48- About Dubai Media City, ibid. p2.

49- Eddie O'Sullivan, Taking the media lead. MEED Middle East Economic Digest,Vol.50, Issue 22 , P6, 02-JUN-06

50- About Dubai Media City, ibid. p3.

51- About Dubai Internet City, Partner Profiles, 2006/2007 Stanley Communications, Dubai.2007, p8.

52- Jamal Abdulsalam, Executive Message Dubai Internet City, Partner Profiles, 2006/2007 Stanley Communications, Dubai.2007, p7.

53- Licence Categories, Dubai Internet City, Partner Profiles, 2006/2007 Stanley Communications, Dubai.2007, p10/12.

54- Eddie O'Sullivan, Taking the media lead. MEED Middle East Economic Digest,Vol.50, Issue 22 , P7, 02-JUN-06

55- About Dubai Media City, ibid. P2.

56- United Arab Emirates, Annual Book, 2008, National Media Council, Abu Dhabi, Trident publishing, London. 2008. P275.

57- Becky Lucas, Hold the Front page, a report about Abu Dhabi Media City, Time Out Abu Dhabi Magazine, Publisher ITP Consumer publishing Dubai. p12, June 2008.

٥٨- حول قرية دبي للمعرفة انظر موقعها على الانترنت: http://www.kv.ae

٥٩- حول منطقة دبي للتعهيد انظر موقعها على الانترنت: http://www.doz.ae

٦٠- حول منطقة أبوظبي الاعلامية الحرة انظر مبادلة، على : http://www.mubadala.ae

٦١- للمزيد حول مبادرة twofour54 انظر الموقع على : http://www.twofour54.com

٦٢- دولة الإمارات العربية المتحدة، الكتاب السنوي، ص ٢٠٠٨ ص ٣٩٣ / ٣٩٤

٦٣- أنظر: «قانون هيئة المدينة الإعلامية الحرة في أبوظبي»، جريدة الخليج، الشارقة ٢/٧/٢٠٠٧.

٦٤- حول منصة «غيتمو» الموحدة للتوزيع الرقمي للموسيقى والأفلام انظر: moc.omteg

٦٥- المعلومات الخاصة بموقف تشييد مدينة الفجيرة الإعلامية حتى كتابة هذا النص وقفت عليها شخصيا، ووفق إفادات المسئولين عن المشروع خلال زيارة بتاريخ ٢٨ يوليو ٢٠٠٨.

66- Hollywood production firm to set up film city in RAK. AME Info, Middle East Business, June 11, 2006. http://www.ameinfo.com/88478.html

67- Hollywood production firm to set up film city in RAK. AME Info, Middle East Business, June 11, 2006. http://www.ameinfo.com/88478.html.

٦٨- للمزيد حول منطقة حرّة للتجارة في الفجيرة انظر: http://www.fujairahfreezone.com/home.php

69- United Arab Emirates, Annual Book, 2008 ibid. p275.

٧٠- يشكل مهرجان الفجيرة الدولي للمونودراما حدثاً سنوياً يقام منذ عام ٢٠٠٣ أساسا للجانب الخاص بتنمية مشروعات المهرجانات الدولية والإقليمية والمحيلة في الفجيرة للإعلام.

٧١- الحقائق الأساسية حول مساحات المكاتب والاستوديوهات والمطابع التي توفرها مدينة الإبداع. وموقعها على الانترنت: http://www.fujairahmedia.com

٧٢- الحقائق الأساسية حول المشروعات الإعلامية القائمة في مدينة الإبداع في الفجيرة يمكن الحصول عليها ضمن الكتيب الخاص بها أو رصدها على أقمار النايلسات وعربسات كما يمكن متابعتها في موقعها على الانترنت: http://www.fujairahmedia.com

٧٣- الحقائق الأساسية حول مدينة الإبداع ومشروعاتها يمكن الحصول عليها ضمن الكتيب الخاص بها. وموقعها على الانترنت http://www.fujairahmedia.com

٧٤- لا تتوفر في الفجيرة إسكانية طباعة الصحف التي توفر هيئة الفجيرة للإعلام تسهيلات طباعتها في مدينة دبي حسب ما علمت منهم خلال زيارة ومقابلة معهم بتاريخ ٢٧ يوليو ٢٠٠٧.



75- Mohamed Zayani , Arab Satellite Television and Politics in the Middle East , the Emirates Center for Strategic Studies and Research , Occasional Papers , No. 54 , p6/13, 2004.

٧٦- أنظر: تقرير التنمية البشرية ٢٠٠٦. برنامج الامم المتحدة الانمائي، ميرك للطباعة والنشر MERIC القاهرة. ٢٠٠٦، ص ٣٢٧.

٧٧- أنظر: د. محمد إبراهيم عايش، «الإعلام في الإمارات أمام ثورة الاتصالات والمعلومات»، ورقة عمل: المؤتمر الأول للإعلام المحلي في دولة الإمارات العربية المتحدة، صحيفة البيان، دبي مايو ٢٠٠٦. ص ١٣٩- ١٤١.

٧٨- أنظر: دولة الإمارات العربية المتحدة، الكتاب السنوي، المجلس الوطني للإعلام، أبوظبي، تريندت للنشر لندن ٢٠٠٨. ٣٩١.

٧٩- أنظر: دولة الإمارات العربية المتحدة، الكتاب السنوي ٢٠٠٨. مصدر سابق. ص ٣٩١.

٨٠- أنظر: دولة الإمارات العربية المتحدة، الكتاب السنوي، مصدر سابق، ص ٢٠٠٨ ص ٣٩٢.

٨١- أنظر: حول المجموعة الإعلامية العربية. www.arabmediagrouponline.com/arabic

٨٢- قانون الأنشطة الإعلامية لم يصدر بشكل نهائي بعد حتى كتابة هذه الدراسة.

٨٣- أنظر: عبد الله النويس، وسائل الاعلام في دولة الإمارات، مصدر سابق ص ٢٣٣ /٢٥١.

٨٤- أنظر: دولة الإمارات العربية المتحدة، الكتاب السنوي، مصدر سابق، ص ٢٠٠٨ ص ٣٨٩.

٨٥- أنظر: دولة الإمارات العربية المتحدة، الكتاب السنوي، المصدر السابق، ص ٢٠٠٨ ص ٣٨٨.

٨٦- أنظر: دولة الإمارات العربية المتحدة، الكتاب السنوي، المصدر السابق، ص ٢٠٠٨ ص ٣٨٨.

٨٧ أنظر: دولة الإمارات العربية المتحدة، الكتاب السنوي، ، المصدر السابق ص ٢٠٠٨ ص ٣٨٩.

٨٨- حول مجلس البث والنشر التابع لمنطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والاعلام، وكالة انباء الإمارات، الارشيف. ٢٠٠٣/١١/٧.

٨٩- نصوص القوانين التي تحكم الاعمال المختلفة في تيكوم، في موقع مبادرة جورغن هلجيك على:
Dr. Jorg Hladjk, LL.M , Dubai laws.org http://www.tecom.ae/law/law_1.htm

٩٠- أنظر: دينا الخواجة، التلفزيون الفضائي، انطلاق مهنة جديدة. الفضاء العربي : الفضائيات والانترنت والإعلان والنشر، الحلقة الدراسية حول العولمة ووسائل الإعلام والاتصال الجديدة، بيت الشرق والبحر الأبيض المتوسط، ليون،فرنسا ٢٩ /٣٠ نوفمبر ٢٠٠١، تحرير فرانك مرمييه.قدمس للنشر والتوزيع، دمشق. ٢٠٠١، ص ٢٥.

٩١- أنظر: يحيى اليحياوي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومفهوم الدولة، جريدة «الاتحاد الاشتراكي»، المغرب ١٤ أكتوبر ١٩٩٦ او على: .http://www.elyahyaoui.org/iichtiraki14_10_96.htm

المراجع

اولا: الكتب

١- حسام شاكر، «صورة الإمارات في الوعي الغربي، تتبع الملامح وتشخيص للأدوار». ندوة دولة الإمارات، الإعلام والثقافة في ظل تحد رقمي وفي عالم متغير، ٢٤ مايو ٢٠٠٦، مركز الإمارات للدراسات والإعلام، لندن. الناشر مركز الإعلام العربي، القاهرة ٢٠٠٧.

٢- عبد الله الطابور، تطور المؤسسات الإعلامية في دولة الإمارات وأثرها في التنمية الثقافية. المجمع الثقافي، أبوظبي، ٢٠٠٠.

٣- د. حسن الخيرات، «تجربة المناطق الحرة المشتركة ودورها في تعزيز التكامل الاقتصادي العربي»، وقائع مؤتمر التجارة العربية البينية والتكامل الاقتصادي، عمان الأردن، المنظمة العربية للتنمية الإدارية والجامعة الأردنية، من منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية عمان. ٢٠٠٤.

٤- عبد الحميد حمدي نوار، الدور الاقتصادي للمناطق الحرة بدولة الإمارات العربية المتحدة، جمعية أم المؤمنين النسائية، عجمان ١٩٩٦.

٥- د. مي العبد الله، التلفزيون وقضايا الاتصال في عالم متغير. دار النهضة العربية بيروت ٢٠٠٦. د. ١٩٩٩.ران كرم، الإعلام العربي إلى القرن الواحد والعرشين، دار الجيل، بيروت. ١٩٩٩.

٦- د. محمد إبراهيم عايش، «الإعلام في الإمارات أمام ثورة الاتصالات والمعلومات»، ورقة عمل: المؤتمر الأول للإعلام المحلي في دولة الإمارات العربية المتحدة، صحيفة البيان، دبي مايو ٢٠٠٦.

٧- محمد علي عوض الحرازي، الدور الاقتصادي للمناطق الحرة في جذب الاستثمارات، دراسة مقارنة. منشورات الحلبي الحقوقية. بيروت ٢٠٠٧.

٨- د. مصطفى المصمودي، «العالم العربي وعصر المعلومات، الآفاق والتحديات». ورقة بحث، المؤتمر السنوي الثالث لمركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية: ثورة المعلومات والاتصالات وأثرها في الدولة والمجتمع بالعالم العربي، أبوظبي، ٤-٧ يناير ١٩٩٧.

٩- د. سامي الشريف، الفضائيات العربية، رؤية نقدية، دار النهضة العربية القاهرة.٢٠٠٤.

١٠- دينا الخواجة، «التلفزيون الفضائي، انطلاق مهنة جديدة. الفضاء العربي: الفضائيات والانترنت والإعلان والنشر»، الحلقة الدراسية حول العولمة ووسائل الإعلام والاتصال الجديدة، بيت الشرق والبحر الأبيض المتوسط، ليون، فرنسا ٢٩ /٣٠ نوفمبر ٢٠٠١، تحرير فرانك مرمييه.١٠٠٢. قدسس للنشر والتوزيع، دمشق. ٢٠٠١.



١١- اللجنة العربية لدراسة قضايا الإعلام والاتصال في الوطن العربي، نحو نظام عربي جديد للإعلام والاتصال، مشروع التقرير النهائي، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ١٩٨٥.

١٢- د. حبيب العمل: «الضوابط والقيود حول إصدار المطبوعات وحرية الإعلام في دولة الإمارات»، ورقة عمل : المؤتمر الأول للإعلام المحلي في دولة الإمارات العربية المتحدة، صحيفة البيان، دبي مايو ٢٠٠٦.

١٣- عبد الله النويس، وسائل الإعلام في دولة الإمارات العربية المتحدة، الطبعة الأولى، شركة أبوظبي للطباعة والنشر (بن دسمال)، أبوظبي ١٩٨٤.

ثانيا : دوريات وصحف

- زيغفريد لينتس: «منطق المقارنة»، مجلة فكر وفن، انترناسيونز، بون، ألمانيا الاتحادية، عدد ٦٦-١٩٩٧م.
- د. محمد قيراط، «العرب وتحديات ثورة المعلومات»، صحيفة البيان الإماراتية ٢٦ أغسطس ٢٠٠٥.
- د. يحيى اليحاوي. «العرب وتحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصال وموقعنا من التوزيع العالمي للمعرفة»، المحاضرة التاسعة عشر للمركز العالمي لدراسات وأبحاث الكتاب الأخضر، طرابلس، ليبيا ٢٦/١٢/٢٠٠٥.

www.greenbookstudies.com/ar/lectures/leetureram10.doc

- جاسم محمد جرجيس،«تقنيات المعلومات والاتصالات وتأثيرها في مجتمع الإمارات العربية المتحدة»، النادي العربي للمعلومات: http://www.arabcin.net ,Accessed May 2008

ثالثا : وثائق عامة

- قانون منطقة دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الالكترونية والإعلام رقم (١) لسنة ٢٠٠٠, نشر دائرة محاكم دبي، العدد ٢٥٨, السنة ٣٤. ٣١ يناير ٢٠٠٠ م.
- التقرير العالمي لليونسكو، من مجتمع المعلومات الى مجتمع المعرفة. منظمة الامم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، مطبوعات اليونسكو، باريس ٢٠٠٥.
- تقرير التنمية البشرية ٢٠٠٦. برنامج الامم المتحدة الانمائي، ميرك للطباعة والنشر MERIC القاهرة ٢٠٠٦.



- منظمة المادة (١٩) حول حرية الإعلام في العالم العربي، بين التحرير وإعادة إنتاج الهيمنة. مجموعة مؤلفين. مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، سلسلة قضايا الإصلاح العدد ١٥ القاهرة. ٢٠٠٧.

- قوانين دبي، مبادرة جورغ هلاديجك على: Dr. J?rg Hladjk, LL.M, Dubai laws.org. http://www.tecom.ae

- نص الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، منظمة الامم المتحدة www.un.org/arabic/aboutun/humanr.htm

رابعا : مصادر في شبكة الانترنت

- شركة المدينة الإعلامية الأردنية: http://www.jordanmediacity.com

- وكالة الأنباء السورية http://www.sana.sy/ara/138/2007/05/17/118742.htm

- دبي الحرة للتكنولوجيا والتجارة الإلكترونية تيكوم: http://www.tecom.ae

- اي هوستغ داتافورت eHosting DataFort لخدمات الاستضافة والحماية الالكترونية:

http://www.ehdf.com/general-information.html

- قرية دبي للمعرفة، http://www.kv.ae

- منطقة دبي للتعهيد : http://www.doz.ae

- منصة «غيتمو» الموحدة للتوزيع الرقمي للموسيقى والأفلام: www.getmo.com

- المنطقة الحرّة للتجارة في الفجيرة http://www.fujairahfreezone.com/home.php

- المجموعة الإعلامية العربية : arabmediagrouponline.com/arabic

- المدينة الإعلامية والتكنولوجية الماليزية: http://www.msc.com

المراجع الأجنبية

- A guide to setting up in free zones, ArabianBusiness.com, 31 October 2006. http://www.arabianbusiness.com/2330?ln=en
- AME Info, Middle East Business, Hollywood production firm to set up film city in RAK, June 11, 2006. http://www.ameinfo.com/88478.html.
- Becky Lucas, Hold the Front page, a report about Abu Dhabi Media City, Time Out Abu Dhabi Magazine, Publisher ITP Consumer publishing Dubai. p12, June 2008.
- Dubai Internet City, Partner Profiles, 2006/2007 Stanley Communications, Dubai.2007.
- Dubai Media City, Dubai Media City Directory 2008. Published by Dubai Media City, UAE.
- Eddie O'Sullivan, Taking the media lead. MEED Middle East Economic Digest, Vol.50.
- Hill Mark UAE unveils ambitious plans for media free zones, Managing Intellectual Property. Feb2006. Issue 156.



- Jessica Hume, Emirates sets the scene to attract movie studios. The National ,Abu Dhabi, Volume 1 Issue 86, July 25/2008 Front page.
- Licence Categories, Dubai Internet City, Partner Profiles, 2006/2007 Stanley Communications, Dubai.2007.
- Mohamed Zayani , Arab Satellite Television and Politics in the Middle East , the Emirates Center for Strategic Studies and Research , Occasional Papers , No. 54 , p6/13, 2004 .
- Robert Swade . Dubai Media City, Developing Legal Framework. Dubai Media City Directory 2008. Published by Dubai Media City, UAEËÆ
- United Arab Emirates, Annual Book, 2008, National Media Council, Abu Dhabi, Trident publishing, London. 2008.
- William A. Rugh, Arab Mass Media, Newspapers, Radio and Television in Arab Politics. Westport, London .2004.

إصدار : المركز الثقافي الإعلامي

لسمو الشيخ سلطان بن زايد آل نهيان نائب رئيس مجلس الوزراء

ص.ب: ٦٤٢٠ - أبوظبي - الإمارات العربية المتحدة

تلفون: ٦٦٦٦١٣٠ (٠٠٩٧١٢) - فاكس: ٦٦٦٣٠٨٨ (٠٠٩٧١٢)

email:administration@dpmio.ae ■ www.dpmio.com

ابريل ٢٠٠٩

